

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

GASTRONOMİ TURİZMİNE SOKAK LEZZETLERİNİN ETKİLERİ ‘’İSTANBUL AVRUPA YAKASI ÖRNEĞİ’’

Yüksek Lisans Tezi

İffet Sezen Bozkurt

İstanbul, 2021

T.C
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, TURİZM İŞLETMECİLİĞİ
ANA BİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

GASTRONOMİ TURİZMİNE SOKAK LEZZETLERİNİN ETKİLERİ ''İSTANBUL AVRUPA YAKASI ÖRNEĞİ''

Yüksek Lisans Tezi

İffet Sezen Bozkurt

200015940

Danışman: Prof. Dr. Nüzhet Kahraman

İstanbul, Ocak 2021

T.C. İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

T.C.

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ ONAY FORMU

İffet Sezen Bozkurt – Turizm İşletmeciliği Yüksek Lisans programı öğrencisi Gastronomi Turizmine Sokak Lezzetlerinin Etkileri ‘’İstanbul Avrupa Yakası Örneği’’ başlıklı tez çalışması, Enstitümüz Yönetim Kurulu **02.02.2021** tarih ve **2021-518/19** sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oybirliği/oyçokluğu ile Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

UNVANI, ADI SOYADI

TEZ DANIŞMANI : Prof. Dr. Nüzhet Kahraman

JÜRİ ÜYESİ : Prof. Dr. İsmail Kızılırmak

JÜRİ ÜYESİ : Prof. Dr. İsmet Kahraman Arslan

(*) Yüksek lisans tez savunma jürileri en az biri kurum dışından olmak üzere danışman dahil en az üç öğretim üyesinden oluşur. Jürinin üç kişiden oluşması durumunda eş danışman jüri üyesi olamaz. Eş tez danışmanının jüri üyesi olması durumunda asıl jüri beş üyeden oluşur.

ENS.FR.Y15 06.11.2017

ETİK KURALLARA UYGUNLUK

Hazırlamış olduğum tez özgün bir çalışma olup YÖK ve İTİCÜ Lisansüstü Yönetmeliklerine uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, bu çalışmayı yaparken bilimsel etik kurallarına tamamıyla uyduğumu; yararlandığım tüm kaynakları gösterdiğimi ve hiçbir kaynaktan yaptığım ayrıntılı alıntı olmadığını beyan ederim. Bu tezin ihtiva ettiği tüm hususlar şahsi görüşüm olup İstanbul Ticaret Üniversitesinin resmi görüşünü yansıtmamaktadır.

İFFET SEZEN BOZKURT

TEŞEKKÜR

Tezimi hazırladığım 1 yıllık süreçte tüm aşamalarda desteğini, bilgisini esirgemeyen ve her zaman ulaşabildiğim her sorumda sabırla beni aydınlatan tezimi tamamlamamdaki en büyük destekçim olan saygıdeğer danışman öğretim üyesi Sayın Prof. Dr. Nüzhet Kahraman'a teşekkürlerimi belirtmek isterim. Bu yorucu çalışma sürecinde ise benim motivasyonumu arttıran her zaman desteklerini hissettiren kıymetli ailem ve arkadaşlarıma da teşekkürlerimi borç bilirim.



ÖZET

Turizm, birçok dalı içinde bulunduran bir sektördür. Gastronomi, turizm sektöründe sürekli merak uyandıran bir yiyecek, içecek kültürü olarak bilinmektedir. Gastronomi turizmi ise diğer turizmlerden farklı olarak, lezzet odaklı seyahatlerdir. Bu seyahatlerden bazıları o yiyecekleri deneyimlemek için bazıları ise yiyeceklerin satıldığı mağazaları keşfetmek, yemek festivallerini deneyimlemek için yapılmaktadır. Sokak lezzetlerinin çekiciliği tüm dünyada herkes tarafından kabul görmüş ve tarihi çok eskilere dayanmaktadır. Her ülkenin kendine özgü bir mutfağı olduğu bilinmekte ve sokak lezzetlerinde de farklılaşmalar vardır. Bu lezzetlerin farklılıkları; yapılışları, sunumları ve tatlarının olmasından dolayı gastronomi turizmini etkilemektedir. Ülkemizde, İstanbul en fazla turist ziyareti yapılan şehirlerden biridir. Bu araştırma, sokak lezzetlerinin gastronomi turizmi üzerindeki etkilerini geliştirmek ve iyileştirmek için yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Gastronomi Turizmi, İstanbul, Sokak Lezzetleri.

ABSTRACT

Tourism is a sector that includes many branches. Gastronomy is known as a food and beverage culture that is a constant wonder in the tourism sector. Gastronomy tourism, on the other hand, is flavor-oriented travels, unlike other tourism. Some of these trips are made to experience those foods, some to explore the stores where food is sold and to experience food festivals. The attractiveness of street flavors has been accepted by everyone around the world, and its history dates back to ancient times. Each country is known to have a unique cuisine, and there are variations in street flavors. The differences of these flavors; It affects the gastronomy tourism because of their preparation, presentation and taste. In our country, Istanbul is one of the cities with the highest number of tourist visits. This research has been conducted to develop and improve the effects of street flavors on gastronomic tourism.

Keywords: Tourism, Gastronomy Tourism, Istanbul, Street Flavors.

İÇİNDEKİLER

TABLO LİSTESİ



ŞEKİL LİSTESİ



KISALTMALAR

M.Ö: Milattan Önce

Y.Y: Yüzyıl

V.B: Ve Benzeri

DR.: Doktor



GİRİŞ

Günümüzde her gecen gün hızla ilerleyen ve dünyada da trendleri takip etmemizi sağlayan teknolojinin gelişimi toplumların turizm meraklarını da canlandırmıştır. Bu çalışma, Türkiye'de son yıllarda popülerliği artmış olan sokak lezzetlerinin gastronomi turizmine etkisini analiz etmektedir. Özellikle, toplumların dikkatini çeken büyükşehirlerin başında gelen İstanbul Avrupa yakasındaki rekabet ele alınarak incelenmektedir. Günümüzde, her geçen gün hızla büyüyen yiyecek içecek sektörünün ülkemizin turizm açısından katkısı görülmektedir. İnsanoğlu yaşamlarını sürdürmeye başladıklarından beri yeme ihtiyaçlarını gidermişlerdi. Gerek doğadaki hayvanlardan beslenerek gerekse otlarla beslenerek yemek yeme gereksinimlerini sağlamışlardır. Bu beslenme ihtiyacını karşılama isteği zaman ilerledikçe pişirme ile birlikte günümüze kadar şekiller alarak ilerlemiş ve gastronomiyi yani yiyecek içecek sanatını oluşturmuştur.

Geçmişte turizmi tercih eden insanlar, destinasyon bölgesindeki mutfakları da ziyaret ederlerdi, daha sonrasında bu lezzetlere merak duyan yiyecek kültürü ile yakından ilgilenen turistler yiyecekleri tanımak ve o lezzetleri deneyimlemek amacıyla ziyaretlere başlayarak gastronomi turizminin tek başına ortaya çıkmasına öncü olmuşlardır (Mandal, 2018). Ülkemizde ise birçok yiyecek, içecek kültürü oluşmuş birçok bölgede gastronomik hareketler gerçekleşmiştir. Bununla birlikte Türkiye'ye gastronomi turizmi oluşmaya başlamıştır. Bununla birlikte tarihi yerleri ziyaret için gelen turistler bile sokak lezzetlerini veya farklı lezzetleri deneyimleyip tekrar ziyaret isteği oluşturmuşlardır. Bundan dolayı da İstanbul ili bu lezzetleri tercih eden turistlerin en fazla geldiği yerlerden biridir, bunun sebebi de içinde bulundurduğu çok farklı lezzetler ve turizm anlamında değerli yerlerin olmasından kaynaklanmaktadır.

Bu çalışmada iki bölümden oluşmaktadır. Gastronomi, sokak lezzetleri, ile ilgili genel literatür araştırması yapılmıştır. Birinci bölümde gastronomi kavramı, tarihi, Avrupa'da gastronomi mutfaklarının kısa oluşum aşamaları, gastronominin turizmle ilişkisi açıklanmaktadır. İkinci bölümde ise sokak lezzetlerinin tanımı, çeşitleri, İstanbul'un lezzet çeşitliliği ve gastronomi turizminin potansiyeli destinasyon kavramı incelenmektedir.

1. GASTRONOMİ KAVRAMI

Gastronominin genel kavramı, tüm sanatsal ve bilimsel unsurlarla yiyecek ve içeceklerin tarihsel gelişiminden itibaren tüm özelliklerinin detaylı biçimde uygulanması ve geliştirilerek günümüz şartlarına en detaylı görselleriyle uyarlanması çalışmalarını içeren yiyecek-içecek sanatıdır. Gastronominin tanımı "insan refahı ve gıdasını ilgilendiren her konuda sağlanmış kapsamlı bilgi birikimidir (Akgöl, 2012, s. 16). Gastronomi, yiyeceklerin üretiminden itibaren sağlığa uygun koşullarda, görsel estetiğinde ön planda tutularak hazırlanıp, servis edildikten sonra kişilerin tüketiminden memnun edilmesini kapsayan yemek sistemidir.

Türk Dil Kurumu sözlüğünde gastronomi 'yemeği iyi yeme merakı' ve 'sağlığa uygun iyi düzenlenmiş hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi' olmak üzere iki tanımla açıklanmıştır (Türk Dil Kurumu, 2020). Gastronomi ile ilişkili olarak kullanılan diğer bir kavram ise mutfak sanatlarıdır. Mutfak sanatları yemek yapma sanatı olarak da tanımlanabilir. Mutfak sanatları kavramının yemek pişirme sanatıyla ilgili olduğu, gastronomi alanın ise yemek pişirmenin yanı sıra kişilerin keyfi ve lezzetlerden memnun kalmasına bağlı olarak daha kapsamlı olduğu ifade edilebilir. Gastronominin asıl amacını açacak olursak yemek pişirmenin sosyal, kültürel ve psikolojik yönlerini kapsayan dolayısıyla kişilerin memnuniyetini önemseyen geniş kapsamlı bilim dalıdır.

Gastronominin oluşumu boyutunda iyi yemek hazırlama, nitelikli malzemelerle pişirilen yemekler, iyi sunumlar, hazırlanan yemeğin uygun kurallar ve araç-gereçler kullanarak servis edilmesi ve benzeri detaylar bulunmaktadır. Tüketim boyutuyla incelendiğinde ise insanların memnuniyeti ön plandadır, bunu oluşturan öğeler ise bireylerin yediklerinden zevk alma duygusu, ortamın ambiyansından memnun olma, sunumun görselliğe uygun, tazelik, iyi yapılan yemeklerin bir tutkuya dönüşmesi ön plandadır. Genel olarak bu boyut tamamen fizyolojik ihtiyaçların giderilmesidir (Kodaş, 2018, s. 20). Üretim ve tüketim bakımından gastronomi kavramı, yiyeceklerin hazırlanılmasından pişirilip servis edilmesine kadar oluşan süreci, doğru araç-gereçlerle ve kuralların dışına çıkmaksızın yemeğin sunulup yenilmesi ve yorumlanması, menüdeki ürünlerin tüketiciye sunulduğu satış fiyatlarının kaliteye uygunluğu, her bölgenin kendine özgü yemek kültürünü kapsaması ve

üreticilerin yeteneklerinin yanı sıra tüketicinin beğenilerine göre uygun şekil almasını kapsamaktadır (Latifi, 2020, s. 4-5).

Gastronomi diğer adıyla 'Mutfak Sanatları' yemek yeme üzerine kurulmuş geliştirilmiş ve olgunlaştırılmış tüm yapıların tümünden oluşmaktadır. Kökeni Fransa'ya dayanan bu kavram Türk toplumunda da önemli yerlerde olmaktadır. Türkiye'nin birçok şehrinde lezzet kültürünün artması şehirlerin iklimiyle yakından ilgilidir, şehirlerde yetişen sebze ve meyveler mutfağın mimarı olmakla birlikte bölgelerin gelenek ve göreneklerine göre de yemek kültüründe yapılanmalar ve farklılıklar görünmektedir. Gastronominin önemli olduğu şehirlerin başında; Gaziantep, Adana, İstanbul, İzmir gelmektedir.

1.1. Gastronominin Kısa Tarihçesi

Gastronomi terimi, etimolojik kökeni incelendiğinde, ilk olarak Fransız yazar Joseph Berchoux tarafından 1801 yılında kullanılan, yunanca mide ile ilgili 'Gaster' kelimesinden türeyen 'Gastro' ve kanun, kural anlamındaki 'Nomos' kelimesinden türeyen "Nomy" kelimelerinin birleştirilmesinden oluşan bir kelimedir. Anlam olarak "yemek kanunu" demek mümkündür (Gövce, 2016, s. 8).

İnsanlığın ilk yaşam belirtilerini göstermeye başladığı tarihlerden itibaren zorunlu bir ihtiyaç olan beslenme ve bu ihtiyacı karşılamaya yönelik gelişen beslenme kavramı çeşitli dönemler içerisinde farklı kültürlerden geçerek günümüze kadar ulaşmıştır. Birçok araştırmacının yazılı kaynaklarında gastronomi tarihinin ayrıntılı bir şekilde tanımlamaları bulunsa da bu kültür farklı coğrafyalardan etkilenmekte olup, belli bir doğrultuda ayrıntılı görülmemektedir (Çiftçi, 2019, s. 9). Ancak yemek pişirme kültürünün tarihsel genel süreci aşağıdaki gibidir.

Tarih öncesi çağlarda ilk olarak Paleolitik Çağ'da insanların beslenme gereksinimlerinden dolayı avcılık-toplayıcılık ile başlamaktadır, bu topluluklar genellikle doğada buldukları bitki ve otları tadarak yenilebilir veya yenmemesi gerektiğini belirleyen kısımdır. Bu dönemde yaşayan topluluklar, yemek zorunda oldukları için yemek yerler, herhangi bir bilince dayalı olarak beslenmemektedirler (Çevik, 2019). Daha sonrasında ateşi

insanoğlunun keşfettiği ve onu kontrol etmeyi öğrendiği zamanı belirlemek zor olsa da pişirmenin insan evriminin önemli bir parçası olduğunu belirten biyolojik antropoloji Profesörü Richard Wrangham, insan evriminin en önemli parçası olan ateşin kontrol edilmesi ve pişmiş yemeklerin gelişmesinden kaynaklandığını ifade etmektedir (Özşeker, 2016, s. 8). Mezopotamya uygarlığında M.Ö. 1700 de yazıldığı düşünülen yemek tarifi anlatan kil tabletler bulunmaktadır. Antik Yunan döneminde ise şölenler yapıldığı ve yemek tarifi patenti alındığı bilinmektedir. Romalılar döneminde de şölenler devam etmiş, o dönemde "Taberna" adı verilen şarap ve yemek hizmeti verilen lokantalar bulunduğu bilinmektedir. Tarihteki ilk yemek kitabının "Apicius" tarafından M.Ö. yazıldığı bilinmektedir (Altınel, 2009, s. 5).

Gastronomi diğer adıyla mutfak sanatı, ilk olarak 1800 yılında Fransız hukukçu ve aynı zamanda şair olan Joseph de Berchoux'un (1762-1838) 'Gastronomie ou I'bomme des champs a table (Gastronomi ya da Tarladan Sofraya İnsan)' (1801) adlı eserinde bir dile yerleştirmiştir. Bu eserde gastronomi güzel ve nitelikli yemek yeme sanatı olarak tanımlanmaktadır. Gastronomi alanındaki ilk resmi çalışma "Tat Fizyolojisi" Fransız Jean Anthelme Brillat Savarin tarafından 1825 yılında yayınlanmıştır (Sarıışık, 2019, s. 5).

Tarihi çağlar itibariyle gastronomi kavramının tarihsel gelişimi kronolojik olarak Tablo 3'te verilmektedir (Işkın, 2020, s. 17).

Tablo 1- Tarihi Çağlarda Gastronomideki Gelişmeler

Dönem	Gelişmeler
5.-14.yy	Orta çağ dönemidir. Sadece bazı gastronomi kaynaklı seyahatler yapılmıştır. Özellikle pişirme yöntemleriyle ilgili bilgi birikimi tamamen durmuş, hatta azalmaya başlamıştır.
1275-1295	Gezgin Marco Polo, Çin ve Orta Doğu coğrafyalarına yaptığı seyahatler ve seyahatler sonucu, Avrupa'ya başta tuz ve biber olmak üzere bir baharat hazinesiyle dönmüştür.
14.-16.yy	İtalyan Prenses Caterine de Medici Fransız bir prensle evlenmiş ve Fransızları çatal, peçete ve İtalyan usulü pişirme teknikleriyle tanıştırmıştır.
16.yy	Osmanlı devletine gelen yabancı devlet adamları Türk yemeklerinden etkilenmiş ve kendi aşçılarını yetişmek üzere Türk aşçıların yanına eğitime göndermişlerdir.
16-17.yy	Batı Hindistan ve Amerika'ya seyahat eden Avrupalılar dönerken yanlarında Mutfak kültürlerinde olmayan fasulye, mısır, acı biber, çikolata, patates ve domates gibi ürünler getirmişlerdir.
1538	Ünlü Fransız şef Montaigne haçlı seferleri ile gittikleri Anadolu'da yemek yapmayı öğrendiklerini ifade etmiştir.
1541	İlk menü D. Henry tarafından yazılmış ve kullanımı gerçekleşmiştir.
1651	Fransız Pierre Francois Fransa asilleri için yemek tarifleri verdiği yemek kitabı kitabı yazılı "La Vrai Cuisinier François" adlı eserini basmıştır.
1765	M. Boulanger, Paris'te ilk restoranı açmıştır.
1856	İlk yemek okulunun Marie-Antonie Careme tarafında kurulmuştur. Ayrıca mutfak pişirme tekniklerinin sitemli bir hale gelmesinde önemli işlevleri olan "La Cuisine Classique" adlı eser yayınlandı.
1898	C. Ritz ve G. A. Escoffier yönetiminde The Savoy Hotel açılmıştır.
19.-20.yy	G. A. Escoffier mutfağa ait bölümleri yeniden gözden geçirip yapılandırarak günümüz mutfak yapısına ait ana hatları oluşturmuştur.
1955	İlk McDonalds restoranını açılmıştır. Ray Kroc öncülüğündeki girişim bayilik ve müşteri servisi fikriyle kurulmuştur.
21.yy	İnsanın paylaşım yapma konusunda içerik üreticisi olduğu sosyal ağlar insan hayatına girdi. Böylece mutfak hiç olmadığı kadar sosyal statü ve saygınlığın bir aracı haline geldi.

Kaynak: (Işkın, 2020, s. 17).

5. yüzyıldan 21. yüzyıla kadar geçen sürede dünyada önemli ve köklü değişimler yaşanmıştır. Bu dönemde yaşanan sosyal, ekonomik, teknolojik, kültürel, felsefi ve sanatsal değişimler mutfağı da etkilemiş, Avrupa'da rafine mutfağın doğuşuna ve ticari olarak uygulamaya konulmasına, gelişmesine, ortaya çıkan çeşitli akımları etkilemesine sebep olmuştur. "Rafine mutfağın" (haute cuisine) Avrupa'da ortaya çıkışı, zaman içerisinde geçirdiği değişim süreçleri, bu süreçlerde ortaya çıkan önemli mutfak akımları ve aşçılık sanatının orta çağdan 21. yüzyıla uzanan tarihsel gelişimi görülmektedir. Gelişen mutfaklar sırasıyla; rafine mutfak, yenilikçi mutfak, füzyon, moleküler mutfak, dijital gastronomi şeklinde oluşmuştur (Mustafa Aksoy, 2016, s. 6).

1.2. Avrupa'da Gelişen Gastronomi ve Mutfak Akımları

Orta çağ Avrupa'sında hem kıtlık varken hem de toplumsal sınıflara ayrılmış şekildedir. Bu sınıflanmalar arasında mutfak kültürleri de katı kurallardan etkilenmiştir. Bulundukları toplumların gelir düzeyi ve gelişmişlik düzeylerine göre de mutfak kültürleri oluşmuştur. Et ve et ürünleri lüks olarak bilinmiş ve o dönemde soylu sınıftaki kişilere ait olmayanlara yasaklanmış ve kişilerin yaş, meslek, cinsiyet gibi farklılıklara göre öğün sayıları belirlenmesi de kilisenin mutfak kültürüne etkisinin kanıtı olarak görülmektedir (Çiftçi, 2019, s. 24).

Orta çağ ortalarına gelindiğinde miktarın önem taşıdığı anlayış değişmeye başlamış olup orta çağ mutfağından ilk kopma Rönesans döneminde İtalya'nın kentlerinde başlamıştır fakat 17. Yüzyılda Fransız mutfağı liderliği üstlenmiştir. Minimal tabaklarda sunulan yemeklerin çeşitleri arttırılmış yemeğe ilişkin gelişmeler, damak tadının incelenmesi lezzetlerin soslar ile birlikte zenginleştirilmesi ile birlikte sofra adabının da düzenlenmesi oluşturulmuştur. Mutfak ve menü kavramları oluşturulmuş 'Rafine ve Yenilikçi Mutfaklar' şef 'Marie Antoine Careme ve Auguste Escoffier' katkılarıyla düzenlemeler gerçekleştirilmiştir (Sarıışık, 2019, s. 19). Gelişen mutfak akımları sırasıyla genel açıklamaları aşağıdaki gibidir;

1.2.1. Rafine Mutfak (Haute Cuisine)

16. yüzyılda İtalyan kültüründen etkilenmiştir. Roma imparatorluğunun yıkılmasıyla asıl başlangıcı Fransa olan rafineleşme orta çağda şekillenmiştir. Sınırlı sayıda malzeme ve pişirme tekniği kullanılmıştır. Yemekler baharatlarla lezzetlendirilmesi artmış ve sofra adabına önem verilmeye başlanmıştır (Mustafa Aksoy, 2016).

1.2.2. Klasik Mutfak (Classique Cuisine)

1730'lu yıllarında büyük değişim başlamıştır. Fransa'da başlayan bu mutfak akımında pişirme ve sunum teknikleri değişmiştir. Porsiyonlar küçültülmüş hafif gıdalar ve sade sunum tabakları ön plandadır. Bu dönemde yapılan değişimlerin öncüsü Marie Antoine Careme'dir. Marie Antoine Careme, yemek kitaplarıyla bilinmekte olan uluslararası üne sahip olan şef olarak tanınmaktadır (Mustafa Aksoy, 2016) .

1.2.3. Yenilikçi Mutfak (Nouvelle Cuisine)

Antoine Careme ve öğrencilerinin temelini attığı akımdır. Endüstriyel mutfaklara uygun hale getirilmesi ise Auguste Escoffier tarafından gerçekleştirilmiştir. Auguste Escoffier modern menüyü ilk tasarlayan şeftir. Soslarıyla yemeklerin tadını ön plana çıkarmak için beş temel sos sınıflandırmıştır. Bunlar; Espangnole (kemik suyu-un-tereyağı), Hollandez (yumurta-yağ-sirke-soğan), Veloute (tavuk suyu-un-tereyağı), Domates sostur.

"Şeflerin Kralı ve Kralların Şefi" olarak tanınan Fransız aşçı Auguste Escoffier "Aşçılığın Rehberi" adlı kitabında klasik mutfak sanatıyla ilgili beş binden fazla yemek ve garnitür tarifi verdiği kitabını yayınlamıştır ve dönemin başbakanı tarafından 1920 yılında Fransız Mutfağını dünyaya tanıtmasından dolayı olarak Fransa'nın en büyük nişanı Legion D'Honneur (lejyon donnör) ile ödüllendirilmiştir. Joel Robuchon 2005 yılında "Larousse Gastronomique (Dünyanın En Büyük Mutfak Ansiklopedisi)" adlı kitabı yayınlamıştır (Üzümcü, 2018, s. 11).

1.2.4. Avangart Mutfak

Klasik mutfağın Escoffier ile birlikte yukarılara taşındığı 1960'lı yıllara kadar tüm dünyaya kabul ettirildiği mutfak akımıdır.Bu akımın asıl amacı var olandan daha iyisini ortaya koymaktır. Geniş, kapsamlı menülerin yerini daha kısa menüler almıştır. Espanyol sos ve beşamel gibi ağır soslardan vazgeçilerek, yemeklerde taze baharat, tereyağı, limon suyu ve sirke ile tatlandırılmaları yaygınlaşmıştır. Yeni teknikler ve modern araçlar benimsenmiş, ve yaygın olarak kullanılmaya başlanmış, ve gastronominin temelleri atılmıştır (Mustafa Aksoy, 2016).

1.2.5. Füzyon Mutfak

1980'li yıllarda Batı mutfak teknikleri ile Uzakdoğu tekniklerinin birleştirilmesiyle ortaya çıktığı bilinen füzyon mutfağın, oluşturduğu tabakta tek bir ulusal kimlik bulunmamaktadır (Sarıışık, 2019, s. 30).

Füzyon mutfak, farklı kültürlerin pişirme tekniklerinin ve malzemelerinin aynı tabakta birleştirilmesini ifade eden özgün ve yenilikçi bir mutfak tekniğidir. Yapılan kombinasyonların farklı ülkelerin damak zevkine göre olmasına rağmen tabakta birleştirilen uyum yeni yemekler oluşturmak için önemli bir mutfak olduğunu kanıtlamaktadır (Latifoğlu, 2020).

1.2.6. Bilime Dayalı Pişirme (Moleküler Mutfak)

Yenilebilir maddelerin, pişirilmeleri sırasında meydana gelen fiziksel, kimyasal değişimleri ve tüketilmeleri sürecini inceleyen duyusal gastronomi akımıdır (Latifoğlu, 2020).

Yeni ve üstün özellikli yemeklerin geliştirilmesine yönelik olarak gıda ve diğer bilimlerin ilke ve araçlarından bilinçli olarak yararlanılmasıdır (Latifoğlu, 2020). Tarihsel süreç içerisinde gelişen ve büyüyen gastronomi günümüzde artık doymak, doyurmak unsurunun

dışında, sadeleşme, memnuniyet, turizmin önemli bir motivasyon aracı haline gelmiştir.Ülkemizde ise bu motivasyon hızla gelişim göstermekte olup her şehir kendi gastronomik değerlerini ön plana çıkartarak turistik yönden büyüme göstermiştir (Çiftçi, 2019, s. 25).

1.3. Gastronomi ile Turizm İlişkisi

Yiyecek ve içecek her bireyin yaşamını sürdürebilmesi için gün içerisinde belirli sıklıklarla tüketmek zorunda olduğu fizyolojik bir gereksinimdir. Bundan dolayı tüm otel işletmelerinde ve çevresinde yiyecek-içecek servisi bulunmaktadır. Ancak gastronomi turizmine baktığımızda beslenme ihtiyaçlarımızı karşılamanın çok ötesinde bir anlama sahiptir. Asıl olarak gastronomi ve turizmin ilişkisi turistlerin yeni yiyecekler keşfetme, tadım yapma, yeni mutfak kültürlerini öğrenme ve deneyimlemek amacıyla oluşturdukları turistik faaliyetlerdir. Günümüzde pek çok turist yiyecek-içeceklerle ilgili festivalleri ziyaret etmeyi hedefler. Bu ziyaretin amacı, ruhsal motivasyonlarının yanı sıra farklı kültürlerden yiyeceklerin nerede ve nasıl üretildiğini öğrenmeye ve hangi lezzetlerin onlara hitap ettiğini bulmaya dayanmaktadır. Dünya'daki turizm hareketleri içerisinde gastronomi turizmine katılım, gastronomi turlarının düzenlenmesi, ilgili turist sayısının artışı gibi niteliklerde gastronomi ve turizm arasındaki ilişkiyi desteklemektedir (Sarıışık, 2019, s. 188-199).

Turizm sektörü, gastronominin insan üzerindeki çekiciliğinden yararlanarak büyümeyi ve çeşitliliğini arttırmayı hedeflemektedir. Turistik açıdan bakıldığında iyi yemek yeme kültürü olan gastronomi iç ve dış turizmin vazgeçilmez bir unsurudur (Aslan, 2010, s. 41). Örneğin, toplumların aynı ülkede seyahat etmelerinin sebeplerinden biri de aynı yiyeceklerin farklı şehirlerde değişiklik gösteren lezzetleridir. Diğer bir unsur ise dünya üzerinde belli başlı ülkelerde bulunan gözde yiyeceklerin sosyal medya, dergi ve benzeri haber kaynaklarıyla yayılması ile birlikte dış ülkelerdeki turizmin merak unsurunu tetiklemekte olup seyahat etme olgusunu desteklemektedir.

Seyahatlerinde farklılık arayan turistler, farklı yörelerdeki lezzetlerin çeşitliliğinden dolayı o bölgeleri ziyaret edip yerel mutfakları deneyimlemek istemektedir. Gastronomi ve yemek kültürü kapsamında yapılan festivallere katılım sağlayan turistlerin merak ve istekleri gastronomi ile turizmin arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Aynı zamanda turistlerin yerel

mutfağa ilgilerinin artması ve gıda üreticilerini, restoranları araştırma hızlarının çoğalması, gıda güvenliği ve hijyen faktörlerinin turizm endüstrisinde önem kazanması, ekonomik gelişime katkı sağlaması ve benzeri olumlu faktörler bu ilişkinin önemini ortaya koyan diğer unsurlar olarak dikkat çekmektedir (Kodaş, 2018, s. 21).

Genel bir tanımla gastronomi, yiyeceklerin tarihsel gelişme sürecinden başlayarak, günümüz şartlarıyla uygulanıp gelişimini devam ettirdiği tüm yemek yeme sanatını kapsayan bir bilim dalıdır. Gastronomi turizmi ise; kişilerin daha önce deneyimlemediği farklı kültürdeki yiyecekleri ve popüler yiyecek işletmelerini, deneyimlemek için seyahat motivasyonu yaratan ve seyahat davranışlarının güdülenmesine önemli ölçüde yardımcı olan turizm şekli olarak tanımlanmaktadır (Deveci, 2013, s. 30).

Türkiye'deki gastronomi turizmine bakıldığında; önemli bir yere sahip ülkelerden birisi olarak bilinmektedir. Türk mutfağı, gastronomik zenginliklere sahip mutfaklardan biridir. Türkiye'nin gastronomi anlamında en avantajlı ülkelerden biri olmasının asıl nedenlerinden biri de Türk mutfağının yöresel yemekleriyle dikkat çekmesinden kaynaklanmaktadır. Türkiye'de özellikle İstanbul iline gelen turistlerin çoğu baklava yapımına ve tadımına oldukça ilgi göstermekte olup Avrupa yakasının gözdesi olan Karaköy'de bulunan 'Güllüoğlu Baklavacısı' bu turistlerin ilgisine karşılık üretim turları düzenlemektedir. Bu turlarda baklava yapımının incelikleri, yufka açılması ve fırından çıkan baklavalara şerbetin konulması ile ilgili konularda detaylı bilgiler verilmekte ve aynı zamanda turistlere eğitim verilmektedir (Mandal, 2018, s. 34-35).

1.3.1. Gastronomi Turizminin Olumlu ve Olumsuz Yönleri

Dünya düzeninde destinasyon temelli yeni turizm çalışmaları son yıllarda varlığını göstermektedir. Toplumların yeme-içme ihtiyaçları, turizmin bir parçası haline gelmektedir. Diğer bir açıdan bakıldığında ise yiyecek-içecek kültürü toplumların turizm pazarlama ilkesi halinde konumlandırılmıştır. Gastronomi turizminde de yapılan birçok etkinliklerin bölgesel anlamda değerli olduğunu destinasyona kattığı fırsatların göz ardı edilemeyeceği şekilde bilinmektedir. Bu etkinliklerin, detayları, önemleri ve faaliyet göstermesi turizm sektörüne ciddi anlamda olumlu getiriler kazandırmaktadır.

Bu gastronomik anlamda etkinliklerinde sağladığı avantajlar şu şekilde sıralanmaktadır; turizm sezonunun zamanını genişletmek, turizmde çeşitlilik, ülke içi farklı destinasyonlar sağlamak, gelir kaynağı oluşturmak, medya ilgisini çekerek, ülke statüsünü arttırmak, markalaşmak, tekrar ziyarete teşvik etmek (Bucak, 2013, s. 205-206). Gastronomi turizmi için destinasyon olan ülkelerde; turistler için motivasyon unsurudur, ülkelerin kültürel yemek lezzetlerini tanıtmayı sağlar, yiyecek-içecek için ziyaret eden turistler ülkelerine farklı lezzetler deneyimleyerek dönebilirler.

Gastronomi turizminin gelişimi aşağıda dörtlü hiyerarşi şeklinde tabloda gösterilmiştir.

Tablo 2- Gastronomi Turizmi Gelişmişlik Göstergeleri – Dörtlü Hiyerarşi

1.Derece Göstergeler	2.Derece Göstergeler	3.Derece Göstergeler	4.Derece Göstergeler
-Gastronomik ürünleri tanıtan web sitesinin olması. -Gastronomik ürünleri içeren seyahat broşürlerinin olması. -Yerel ürünlerin tanıtımının yapılması. -Yerel ürünlerin marka sayıları. -Restoranların sayısı. -Restoranların tanınmışlığı/imajı. -Planlaması yapılan yeni restoranların olması. -Konaklama tesislerinin sayısı. -Yerel ürünlerin sunum şekilleri.	-Yerel ürünlerin sunum kalitesi. -Yiyecek tedarikçileri ve restoranların, kalite standartlarını belirleyen ve denetleyen kurumların olması. -Sertifikalı ve kaliteli ürünlerin turizm broşürlerinde yer alması. -Seyahat broşürlerinin bölgesel turizm sorumluları tarafından turistlere ulaştırılıyor olması. -Yerel yiyeceklerin günümüz koşullarına ve taleplerine hitap edecek	-Yemeğin yerel aktivite ve etkinliklerle tanıtılması. -Turistleri restorana çekecek yarışma, eğlence gibi çekiciliklerin olması. -Doğal yemek, çiftlik konseptli tatil seçeneklerinin olması. -Turistik gastronomi broşürlerinin ve internet sitelerinin çevrildiği yabancı dil sayısı. -Gastronomi broşürlerinin görsel açıdan zenginliği Turistlere yönelik yöresel yemekleri	-Turizm eğitim kurumlarında, gastronomi konusunda Ar-Ge çalışmalarının olması. -Yerel gastronomi ve gastronomi turizmi topluluklarının olması. -Yerel gastronominin ulusal ve yerel medyada yer alması. -Yerel gastronomi üzerine yazılmış akademik çalışmaların ve tezlerin olması.

-Yerel gastronomik aktivite ve etkinliklerin olması. -Turistlere yönelik yerel ürünleri tanıtma çabasının olması.	şekilde uyarlanmış olması.	pişirme kurslarının olması. -Tarımsal üretim alanlarının turizme açılması. -Şarap rotalarının yaratılmış olması. -Gastronomi müzelerinin olması.

Kaynak: (Sökmen, 2018, s. 10-11).

Diğer bir açıdan olumsuz olan yönleri ise; kalitesiz yiyecek ile üreticilerin ülkeyi olumsuz yansıtma durumu, gastro turistlerin, dinsel veya beslenme türüne göre yiyeceklere ulaşamaması durumu, düşük maliyetlerle yapılan besinlerin turistleri zehirleme olasılığı, satıcıların hijyen kurallarına çok fazla uymayarak sundukları ürünler ile birlikte gastro turistlerin bakış açılarının değişmesi, yapılan ürünlerin nasıl ve içindeki malzemelerin belirsizliğinden doğan soru işaretleri olarak tanımlanabilir.

1.3.2. Türkiye ve İstanbul İlinin Mevcut Turizm Potansiyeli ve Turistlerin Tercih Nedenleri

Türkiye yüksek turizm potansiyeline sahip ülkelerden biri olmaktadır. Turizm Stratejisinde, turizm sektörünün önde gelmesi ve istihdamın arttırılması için Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin ülkeye kattıkları turizm geliri sayesinde ilk beş ülke içine girmesi ve uluslararası marka haline gelmesi amaçlanmaktadır. Ülkenin potansiyelini arttırmak için yapılan markalaşma stratejisinde; zengin, kültürel ve doğal değerlere sahip çıkarak ulaşım sistemiyle ilgili düzenlemeler, fiziksel düzenlemeler, sosyal alanların geliştirilmesi vb. olanakların iyileştirilmesi hedeflenmektedir. Türkiye'nin potansiyeli en yüksek illerinden biri olan İstanbul, nüfus büyüklüğü açısından dünyanın en büyük 12. Şehri, nüfus yoğunluğu

açısından ise 32. Şehri olmaktadır. Örneğin; 2012 yılında Türkiye'ye gelen 28.807.965 turistlerin %28'i İstanbul'a gelmiştir, bu oran 2013 yılında ise Ocak-Eylül ayları arasında önceki yıla göre %12 artmıştır (İçellioğlu, 2014, s. 48).

Diğer bir açıdan İstanbul'un lezzetlerinin çekiciliği ele alındığında ise gastronomi anlamında bu ilin potansiyelinin çok güçlü olduğu ve marka değerinin görüldüğü açıklanmaktadır. İstanbul ilinin de içinde bulunduğu Marmara bölgesinde bulunan yiyecek içecek işletmelerinin bölgenin coğrafi konumunu iyi değerlendirerek Türk mutfağının lezzetlerini tüm dünyaya tanıtmayı üstlenerek turizm anlamında iyi bir donanım elde ettikleri tespit edilmiştir (Sühendan Mol, 2019, s. 70).

Türkiye'nin başka bir turizm dalı olan ve ülkenin potansiyelini yükselten diğer bir parçası ise sağlık turizmidir. Sağlık turizmi bireylerin sağlığını koruma ve iyileşme amaçlarıyla belirli bir süre için yer değiştirmesi ve bu sağlık uygulamalarına yönelik konaklayabileceği tesislere giderek beslenme ve çeşitli gereksinimlerini karşılayacağı hareketlerin tamamına denmektedir. Bunun ötesinde olan sağlık tercihleri olmakla birlikte sağlık turizmi üç başlığa ayrılmaktadır. Termal turizm, güzellik ve zindelik turizmi diğeri ise medikal turizm ya da tedavi amaçlı yapılan turizm şeklinde bilinmektedir. Sağlık turizmi anlamında Türkiye incelendiğinde ise İstanbul ili dünyada tıp turizminde marka olabilecek kapasitede bir il olarak görülmektedir. Turizm gelirlerindeki bazı kayıpların sağlık turizmi ile telafi edilebileceği öne sürülmektedir (Aydın O. , 2012, s. 95).

İstanbul'un kültür zenginliği unutulmayacak bir turizm ürünüdür. Kültür turizmi ise; tarihi eserleri ve yerel mimari yapıları, festivalleri, fuarları, yerel mutfak kültürünü ve dini anlamda ziyarette bulunmak gibi amaçları güden bir turizm şeklidir. Turistler, yaşadıkları yerden kültürel donanıma erişebilmek için deneyimleyeceği yerlere seyahat etmekte olup bu turizmi gerçekleştirirler. Osmanlı imparatorluğunun başkentlerinden biri olan İstanbul ili Türkiye'nin sahip olduğu başlı başına kültürel zenginlikleriyle dolu şehirlerinden biri olmuştur. Bu kültürel zenginliklerden bazıları; Ayasofya, Sultanahmet Camii, Süleymaniye Camisi, İstanbul surlarıdır. Bu değerler yüzlerce kültürel yapıdan yalnızca birkaçı olarak sıralanmaktadır. Ayrıca Türkiye'nin sahip olduğu kültürel zenginliklerin içinde bu eserlerle sınırlı kalmamakla birlikte; örf, adet, tarih, müzik, resim, din, giyim, gastronomi şeklinde birçok kültür bilinmektedir (Bandeoğlu, 2015, s. 162-163).

Türkiye genellikle turistlerin tatil amaçlı tercih ettiği ülkelerden biri olarak bilinmektedir. 1980'li yıllardan beri devam eden turizm faaliyetleri geliştikçe oluşturulan çizelge başarılı görülmektedir. Fakat bazı nedenlerden dolayı turizm günümüzde istenilen noktada değildir, bu nedenler; doğal afetler, terör, salgın hastalıklar, yakın coğrafyadaki savaşlar, yetersiz turizm yapılanması ve politik istikrarsızlıklar şeklinde açıklanmaktadır. Diğer bir açıdan bakıldığında günümüzdeki teknolojinin gelişmesiyle turistlerin ülkeler hakkındaki detaylı bilgiye ulaşması sonucu satış ve pazarlama alanındaki fırsat değerlendirmelerin zorunluluğu ortadan kalkmıştır. Tüm ülkelerde olduğu gibi turizm sektörünün Türkiye'deki canlılığı ülke ekonomisinin gelişmesinde ve güçlenmesinde önemli rol oynamaktadır (Çolaksel, 2019, s. 2-3).

Turistlerin birçok gelmeme sebebi olsa da Türkiye'yi tercih etmeleri kaçınılmaz hale gelmiştir. Örneğin; Yunanistan'da yaşanan 2008 krizinden sonra oradaki yerli halk Bulgaristan'dan sonra coğrafi yakınlıktan ve kültürel bağlardan dolayı tercih ettiği ikinci tatil ülkesi Türkiye olarak açıklanmaktadır. Türkiye'ye olan turizm genellikle şehir turizmi olmakla birlikte turistlerin Türkiye'yi tercih etmelerindeki en çekici neden ise gelişmekte ve ilerlemekte olan gastronomi den kaynaklanmaktadır (Neyişçi, 2019).

Gastronomi için seyahat eden bu turistler günümüzde gastro turist olarak bilinmektedir. Gastro turistler, yemek yemeye veya içecekler için turizm gerçekleştiren ya da başka bir ifadeye göre doymak için değil yemek kültüründe farklılıklar deneyimlemek için seyahat eden kişiler olarak açıklanmaktadır. Türkiye'yi ziyaret eden turistlere bakıldığında ise çoğunlukla Avrupa birliği ülkelerinden geldiği gözlenmektedir. Türkiye'nin mutfak kültürü açısından turizm yapısı incelendiğinde ise coğrafi, kültürel ve tarih yapısı dolayısıyla birçok ülkeye göre geniş bir alana sahip olduğu bilinmektedir. Türk mutfak kültürü içesinde yedi farklı bölgenin lezzetlerini sunan dünyanın en köklü mutfaklarından biri olmasına rağmen gastronomi son yıllarda ön plandadır. Gastronomi turizm derneği ve Xsights Araştırmanın birlikte yürüttükleri araştırmalar sonucu Turizm raporunda gastro turistlerin normal turistlere göre daha çok maddi yatırım yaptıkları görülmektedir ve Türkiye'de gerçekleştirilen araştırmada ise gastro turistlerin normal turistlere göre %50 daha fazla harcama yaptığı incelenmektedir (Özdemir, 2019, s. 4-8).

1.4. Gastro Turist

Gastronomi turizminde, genel olarak turistler ziyaret ettiklerinde yemeklerini dışarda yemelerini amaçlamaktadırlar. Dört mevsim tercih edilebilen gastronomi turizmi mutfak kültürü ile bağlantısı olması nedeniyle herhangi bir etnik köken, cinsiyet ve yaş ayırt etmemektedir. Bu gastro turistler genellikle deneyimsel bir turizm yapmaktadırlar ve bu deneyimsel turizm görme, tatma, koklama ve duyma işlemini yaptıkları yiyecek kültüründe pazar bölümlerini yaparak hedeflere uygun bir şekilde ulaşmayı sağlamaktadırlar. Başka bir açıdan bakıldığında ise yazlık olmayan yerler potansiyeli düşük turizm bölgeleri olarak görünse de gastronomi turizmi bu bölgelerin kalkınmasını sağlamaktadır. Ziyaret edilen bölgelerin mutfak kültürlerinin gelişmesi sayesinde turistlerin farklı deneyimler yaşamasını sağlayan gastronomi, onların seyahatlerini anlamlandırmaktadır (Latifi, 2020, s. 11-12).

Gastro turist, yemek yeme veya içecek için seyahat eden kişiler olarak tanımlanmaktadır. Bu turistlerin birden fazla amacı olsa da ortak noktaları yiyecek-içecekler olmaktadır. Gastro turisti, bir mutfak okulunu ziyaret eder, bir gurme mağazasından alışveriş yapar veya yerel gıda marketlerini görmek için seyahat etmektedirler. Bu turistlerin gastro ismi almalarının genel sebebi onların yiyecek-içeceklerle ilgili aktiviteleri arasındaki ilişkidir (Doç. Dr. Gökalp N. SELÇUK, 2018, s. 30). Farklı coğrafyalardan yemekleri deneyimlemek için farklı kültürlere, festivallere, restoranlara ve benzeri yeme-içme ile ilgili konumlara ziyaret etmeyi amaçlamaktadırlar.

Türkiye'ye gelip İstanbul'u ziyaret eden turistler genellikle tarihi geçmişe dayanan yerleri gezip görmeyi hedeflemektedirler. Bu ziyaretler sırasında İstanbul'da bulunan sokak lezzetlerini görüp, ilgi duyup deneyimleyip bu lezzetleri tercih etmektedirler. Genellikle İstanbul'a ikinci kez ziyaret etmelerinin diğer sebebi de deneyimledikleri lezzetler olduğu görülmektedir. Bu ziyaretleri sadece yiyecek ve içecek için yapan turistlere ise gastro turist denmektedir.

Gastronomi turizmi incelendiğinde; Gastro turistler tarafından tüketilen yiyeceklerin ve içeceklerin yerel kültürün bir parçası olmakla birlikte bölgelerdeki turizmin gelişmesinde de ekonomik açıdan da önemli rol oynamaktadır. Gastro turistler ülke içerisindeki gıda

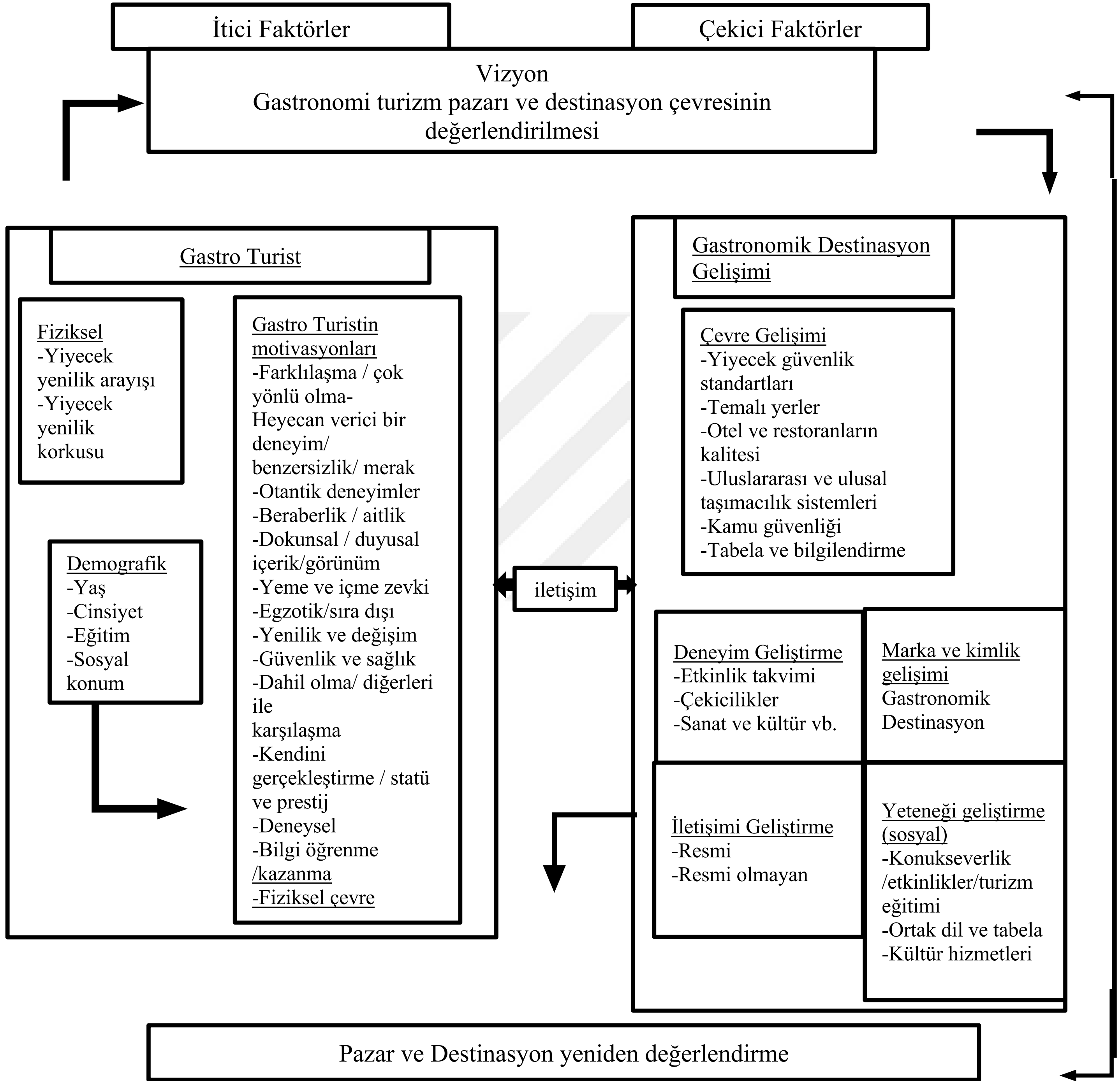
üzerine olan destinasyon pazarlamasında önemli kişi olmakla birlikte onların dikkatini çeken tüm ürünler ise rekabetçi olmalarını sağlamaktadır. Her ülkenin kendine özgü lezzeti olarak sunduğu yiyecek ve içecekler gastro turistler tarafından tüketilen ürün ve hizmetler olarak bilinmektedir (Özmen, 2019, s. 24).

Gastronomi turizmi arz kaynakları gastronomi turizminin geliştirilmesi için oldukça önemlidir. İncelenen makaledeki şekle göre gastronomi turizmi gelişim süreci, gastronomik turizm geliştirme için bir çerçeve oluşturulması gerekli kılmaktadır.

Şekil 1'de itici ve çekici faktörlerden oluşan stratejik gastronomi turizmi gelişim çerçevesi gösterilmiştir:



Şekil 1-Stratejik Gastronomi Turizmi Gelişim Çerçevesi



Kaynak: (Sibel Oğuz, 2018)

Şekil 1-Stratejik Gastronomi Turizmi Gelişim Çerçevesi

1.4.1. İstanbul'daki Sokak Lezzetleri İçin Gelen Gastro Turistlerin Ekonomik, Sosyo-Kültürel Etkileri

İstanbul, Türkiye genelindeki birçok sokak lezzetini içinde bulunduran şehirlerden biridir. Dünya olarak popülerliği bilinen İstanbul şehri bünyesinde birçok tarihi ve değerli yapının yanı sıra lezzetleriyle de turistlerin ilgi odağı bir şehirdir. Birçok lezzet için İstanbul'u tercih eden gastro turistlerle birlikte gezmek ve görmek için gelen turistler de bu lezzetlerden etkilenip çoğunun tekrar ziyaret planı yaptığı bilinmektedir. Bu turistlerin İstanbul'a ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda önemli katkıları olmaktadır.

Gastro turistler, aynı zamanda kültür turistleri olarak da bilinmektedir. Merak ettikleri yiyecek ve içecek kültürünü her açıdan öğrenmek isteyip bununla birlikte gezip görmektedirler. Gerek restoranların gerekse sokak satıcılarının ne sattıklarını merak edip her yönlüyle deneyimlemek istemektedirler. Bu sayede gastro turistler hem kültürel anlamda İstanbul sokak lezzetlerini tanıtmakta olup hem de İstanbul'un yiyecek kültürlerinden etkilenirler bu da kültürler arası etkileşimin olduğu göstermektedir. Sokak lezzetleri gastronomi deneyimi yaşamak isteyen turistler için eşsiz fırsatlardır ve bu deneyimi yaşamak isteyen gastro turistler sokak satıcılarına uğramadan ülkelerine dönmeyi tercih etmemektedirler (Sarıışık, Gastro Turist, 2019, s. 30).

Sokak lezzetleri dünyanın birçok ülkesinde olduğu gibi Türkiye'de de günlük yaşamın önemli bir parçası olduğunu söylemek doğru bir kanı olmaktadır. Özellikle 19. Yüzyılda Osmanlı İmparatorluğu'nun başkenti olan İstanbul etnik çeşitliliğin fazlalığı, nüfusunun yoğun ve fazla olmasından dolayı tüketim fazla ve çeşitlilik göstermiştir. Osmanlıdan bu yana rafine mutfak kültürünün çeşitliliğinin yanında sokak lezzetleri de oldukça fazla çeşitlilik gösterdiği görülmektedir. Kentin önemli bir parçası olan sokak lezzetleri sosyal ve ekonomik hayata etkisinin olduğu bilinmekte olup 19.yüzyıldan var olduğumuz 21. Yüzyılda dahil hala etkileri hissedilmektedir. Osmanlı döneminde başkent olan İstanbul Anadolu'nun farklı yerlerinden gelen bekar erkekler para kazanmak için sokaklarda satılan yiyecek ve içecekler kazanç kapısı olduğu görülmektedir. Aynı zamanda çok uluslu olan İstanbul Türk, Rum, Ermeni gibi milletlere sahip olması sokaklarda satılan yiyecek ve içeceklerin çeşitliliğin fazla olduğu görülebilmektedir. Satıcıların ürünlerini satarken söyledikleri mâni ve ezgiler sayesinde ürünler tüketicilere daha cazip gelip bu ürünlere olan talepleri dahil etki etmektedir (Kurt, 2018, s. 11).

Genellikle sokak lezzetleri geçmişten günümüze kadar dünyanın farklı yerlerinde Sosyo-kültürel ve ekonomik yaşamın önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. İstanbul'daki sokak yiyeceklerinin kendi benliğini temsil etmesi, toplumsal yaşantısını zenginleştirmesi, ekonomik tüketim olanağı sunması ve geçim kaynağı oluşturmasıyla ekonomik hayata katkı sağladığı bilinmektedir. Sokak lezzetleri, İstanbul'daki yerel mutfak kültürü açısından bir değer olarak görülmektedir. Sokak lezzetlerine eklenen yerel kültür ürünleriyle yiyecekler zenginleştirilip tüketicilerin beğenisine sunulmaktadır.

Geçmişe bakıldığında, 19. yüzyılda İstanbul'da o dönemlerde Anadolu bölgelerindeki erkeklerin para kazanmak için İstanbul'a gelerek sokak yemeği sattığı bilinmektedir. O dönemde sokak lezzeti satıcılarının farklı milliyetlerden olması da satılan lezzetlerin çeşitliliğini sağlamıştır. Geçmişe bakıldığında da İstanbul'da çeşitlilik ve kültürel yapılanmanın hala aynı kaldığının kanıtı ise; kokoreç, balık ekmek, simit, poğaça, döner ekmek, tavuklu pilav, midye dolma, börek, mısır, kestane gibi sokak lezzetlerinin günümüzde de hala sokaklarda satılmasıyla anlaşılmaktadır. Bu bağlamda bakıldığında sokak lezzetleri gerek dünyada gerekse Türkiye'de kültürel çeşitlilik ve şölen, düğün, festival gibi etkinliklerde Sosyo-kültürel anlamda zenginlik kattığı görülmektedir. Aynı zamanda sokak lezzetleri ekonomik anlamda da birçok fayda sağlamaktadır. Son yıllarda İstanbul'da sokak lezzeti satıcılarına bakıldığında aralarında nitelikli işçiler de bulunmaktadır. Bunun çoğu sebebi ise ülkede yaşanan evrensel değişim ve krizler etkilidir. Hem tarihsel hem de günümüzde geliştirilerek modern bir meslek haline gelmiş olup şehir için önemli bir iş tercihi haline gelmektedir. Tüketici bakımından ise sağladığı ekonomik fayda, dar gelirli tüketicilerin çoğunlukla ucuz ve kolay ulaşım sayesinde ekonomik bir tüketim olanağı sunmaktadır (Kurt, 2018, s. 12).

2. SOKAK LEZZETLERİ KAVRAMI

Sokak lezzetleri birçok tanım incelendiğinde genellikle dışarda el arabası veya açık tezgâh, büfelerde sunulan yiyecek ve içeceklere verilen isim olarak açıklanmaktadır. Tüketim ve sunum şekline göre farklılıklar gösteren sokak lezzetleri dünyanın birçok yerinde üretilmektedir. Ülkelerin kültür, din, coğrafya vb. sebeplerine göre değişim gösteren bu

lezzetler; Belize de deniz ürünleri, Meksika'nın tacosu, İtalya'nın pizzası Vietnam şehriye çorbası, Fas da kebap, Singapur da tavuk ve Tayland ise körili tavuk gibi çeşitli sokak yemeklerinin popülerliğini görmek mümkün olmaktadır. Türkiye'de ise sokak lezzetleri yaşanan göçler sebebi ile geçmişten günümüze farklı mutfakların etkisini görmekle birlikte çeşitliliğini genişleterek günümüzde sokak lezzeti kültürü yaygın bir gelenek olarak devam etmektedir (Abiş, 2019, s. 33).

İnsanlar, hayatı boyunca yeme içme ile yaşamını devam ettirmekte ve tükettikleri yiyecekleri ile daha çok ilgilenmektedirler bundan dolayı da yeme-içme ihtiyacı yaşadığı dönemin etkisiyle yiyecek alternatifi olan tarihi çok eskilere dayanan sokak lezzetleri ile de doğrudan ilgilenmektedirler. Sokak lezzetleri, satıcı veya üretici tarafından yapılan fazla uğraş gerektirmeden hemen ya da daha sonra tüketilmek üzere sokaklarda satılan yiyecek ve içecekler olarak açıklanmaktadır (Altunbağ, 2020, s. 10-11).

Çoğu toplumda da görüldüğü gibi dışarda yapılan yiyecekler insanlar için motivasyon unsuru haline gelmektedir. Örneğin; İstanbul'da Eminönü denilince akla balık ekmek, Unkapanı pilavı, Sultanahmet köftesi vb. eşleştirmeler gelmekle birlikte, bireylerin gittikleri yerlerde bu lezzetlerden yeme hissi motivasyonlarını olumlu yönde etkilemektedir. İnsanları sokak lezzetleri tercihini vazgeçilmez kılan bir diğer unsur ise uygun fiyatlı olmasından kaynaklanmaktadır. Birçok ülkenin alışkanlığı haline gelmiş olan ayakta atıştırma kavramı, kültür haline gelmiş olup genellikle aperatif olarak görülen sokak lezzetlerini tüketirken yapıldığı bilinmektedir. Özellikle az gelişmiş coğrafyalarda insanların günlük yeme-içme alışkanlıklarında sokak lezzetlerinin önemli rolü bulunmaktadır. Bunun sebebi ise uygun maliyetli ve doyurucu lezzetler olmalarından kaynaklanmaktadır. Bu yemekleri tüketim alışkanlıkları Türk toplumunda yaygın görülmekle birlikte bunu Osmanlıdan itibaren alışkanlık haline getirmişlerdir. Özellikle yeme-içme yerlerinin az olduğu dönemlerde bile ev dışında sosyalleşme ve doyma eylemini gerçekleştirmek için bu yiyecekler tercih edilmiştir. Sokak lezzetleri genellikle; döner, kebap, börek, çörek, köfte vb. şeklinde olup aynı zamanda fast food terimine paralel şekilde olan yiyecek türleri olarak da adlandırılmaktadır (Ballı, 2016, s. 8). Geçmişteki sokak lezzetlerinin ve günümüzdeki sokak lezzetlerinin durumu aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 3- Sokak Lezzetlerinin Geçmişi ve Günümüzdeki Durumu

Geçmişte ve Bugün Gelişmekte Olan Ülkelerde	Gelişmiş Ülkelerde Bugün
-Maddi durumu kısıtlı olanlar için uygun yiyecekler -Zengin, yoksul sınıf ayrımı -Yetersiz eğitime sahip insanlar için iş fırsatı -Evde zaman ve faydası bulunmayan mavi yaka sınıfının tercih etmesi	-Yoğun çalışan insanlar için uygun yemek -Sınıf ayrımcılığı olmadan tüketim tercihi -Yiyecek, içecek mezunları için kendini geliştirici bir iş fırsatı -Mutfak kültürü değişimi ile zenginleştirmek için fırsat -İlgi çekici süslü seyyar araçları, farklı sunumlar

Kaynak: (Aydın B. , 2020, s. 6)**.**

2.1. Sokak Lezzetlerinin Tarihi

Sokak lezzetlerinin tarihinin eski çağlara dayandığı bilinmektedir. Diğer bir adıyla 'sokak yemeği' olan bu lezzetler, bazı kaynaklara göre kökeni antik yunana bakıldığında küçük kızarmış balıklar ya da sosisler sokak yemeği olarak sayılmaktadır. Gladyatör savaşlarını izlemeye giden Romalılar Colloseum'da karşılaşmaları izlerken, öncesinde kimin kazanacağı konusunda bahis oynarken, spor ve sosyalleşme alanı olarak kullandıkları ve her gün köleleriyle birlikte gittikleri hamamlarda arınma sonrasında sokak yemeklerini (sosis ya da kızartılmış balık) bolca tüketmişlerdir. Sokak yemekleri kiralık evleri ve ocakları olmayan antik roma kentinin yoksul insanları tarafından tüketilmektedir (Kargiglioğlu, 2019, s. 26).

Eski Çin'de ise sokak yemekleri yoksullar tarafından yenilmekte olup varlıklı insanların hizmetçi göndererek satın almaları gerekmekte olup evlerinde yemeleri gerekmektedir. Floransalı bir gezici, 14. yüzyılın Kahire'de insanların sokaklarda dağılmak için piknik bezi getirdiklerini ve sokak satıcılarından aldıkları, et, pilav, börek yemeklerini

yediklerini belirtmektedir. Rönesans Türkiye'sinde birçok bölgede kavrulmuş tavuk ve kuzu dahil olmak üzere kokulu sıcak et satan sokak satıcıları bulunmaktadır. Bununla birlikte 1502'de Osmanlı İmparatorluğu, sokak yemeklerini düzenleyen ilk ülke olduğu bilinmektedir (Sokak Yemeği - Tarihi, 2020). Bazı kaynaklara göre, Osmanlı döneminde ticaretin yoğun olduğu çarşı, meydan gibi kalabalık yerlerde sokak lezzeti satıcılarına rastlanmaktaydı, aynı zamanda restoranların ve lokantaların bulunmadığı bu dönemlerde insanlar, ayaküstü sosyalleşme ve karın doyurma ihtiyaçlarını da gidermekteydiler.

Tarih boyunca sokak lezzetleri Türk toplumları tarafından tercih edilen bir beslenme çeşidi olmakla birlikte, lokantaların bile açılmadığı dönemlerde çok fazla tüketilmiştir. Dolayısıyla sokak lezzetleri tarihte Osmanlıdan günümüze kadar yemek kültürü ile birlikte sosyalleşme içinde de görülmüştür. Göçebe olarak geçmişte yaşayan Türk toplumları yerleşik yaşama geçmeden önce beslenme alışkanlıklarında hazır gıdaları tercih ettikleri görülmüştür. Bu gıdalardan bazıları; börek, çörek, nohutlu pilav, balık ekmek, köfte ekmek, boza ve şerbettir (Bayram, 2020, s. 18).

Genel olarak bakıldığında sokak lezzetleri, Orta çağdan günümüze uzanan ve ev dışında sokakta yapılıp insanlara az maliyetli ve karın doyurma işlevini sunan beslenme çeşidi sayılmaktadır. Bununla birlikte yiyecek-içecek işletmelerinin kurulmasıyla zengin insanların tüketmekten vazgeçmesine rağmen yoksul kesim tarafından ayakta kalmayı başarmıştır. Aynı zamanda çağımızda fastfood popülaritesinin artmasına rağmen sokak lezzetleri hala tüketilmeye devam etmektedir (Solunoğlu, 2018, s. 20).

2.2. Gastronomi Turizmi ve Sokak Lezzetlerinin Arasındaki İlişki

Gastronomi turizmi; temel ihtiyaçlarını karşılayan yeme-içme faaliyetleri olarak değil, belli nitelikteki yiyeceklerin tadımı, o yiyeceği satın alma isteği, gıda mağazalarını ziyaret ve yiyecek üzerine yapılan davetlere katılım amaçlı oluşan turizm şekli olarak tanımlanmaktadır.

Türk mutfağında da olduğu gibi Türkiye'nin en çok ziyaret edilen şehirlerinden biri olan İstanbul'un sokak lezzetlerinin yöresel zenginlikleri, lezzetleri, tüm dünyada trend

olmasıyla, gastro turistlerin ilgisini arttırarak gastronomi turizmini harekete geçireceği potansiyele fazlasıyla sahiptir. Bununla birlikte insanları bir yerden başka bir yere seyahat ettirebilecek kadar motivasyon unsuru haline gelen yeme-içme kültürü, günümüzde turizmin en çok tercih edilen alanı haline gelmiştir (Sami, 2019, s. 49).

Son yıllarda, birçok turistin seyahat nedenlerinin arasında mutfak kültürünü keşfetmek asıl amaçları olarak bilinmektedir. İstanbul'daki sokak lezzetlerinin çoğunun üzerine sağlığa zararlı olarak araştırmalar bulunsa da birçok restoran yemeğinden daha güvenilir ve uygun maliyetiyle toplumun beslenme sektörü haline gelmiş bir olgudur. Diğer açıdan da astronomi turizminde, İstanbul'u tanıtmak anlamında da katkıları görülmektedir.

Sokak lezzeti tüketme alışkanlığına bakıldığında ise bu Osmanlıdan gelen beslenme şekli, Türk yemek kültürünün önemli bir parçası haline gelmiştir. Zaten geçmişten beri var olan bu kültür İstanbul'daki gündelik hayatında da içinde yer almaktadır. İstanbul'un içerisinde yaşayan insanların gündelik besin ihtiyacını karşılarken aynı zamanda farklı lezzetler arayan turistlerinde cazip, ekonomik ve lezzetli yiyecek olarak alternatifleri haline gelmektedir. Avrupa'dan Anadolu'yu kapsayan bu geniş yemek yelpazesinde İstanbul ile bütünleşip kendine özgü şekillerde sunulara o ilin bilinir sokak lezzeti haline gelmiştir. Aynı zamanda bu lezzetlerin gidip yenilmesi ve günümüzde popülerliğinin tutulmasının temel sebeplerinden biri de sosyal rol oynamasından kaynaklanmaktadır. Bununla birlikte İstanbul'un çeşitli ilçelerinde yapılan sokak lezzeti festivalleri de medyanın dikkatini çekmekle birlikte gastro turistlerin bu lezzetler deneyimleyerek bu sokak lezzeti kültürünün sürdürülmesine katkı sağlamaktadır. İstanbul'un farklı yerlerinde farklı zamanlarda düzenlenen sokak lezzeti festivalleri de halkın ve turistlerin çeşitli sokak lezzetlerini deneyimlemesine ve bu kültürün devam etmesine katkı sağlamaktadır (Gürkan Akdağ, 2018, s. 594).

2.3. Sokak Lezzeti Satıcıları

Sokak lezzeti satıcıları; genellikle dışarda satışı yapılan herhangi bir yiyecek veya içeceği sokakta gezerek veya belirli köşelerde araba, tezgâh, açık dükkân ve benzeri yerlerde sunarak tüketiciye bu lezzetlerin satışını yapan kişilere denmektedir.

Sokak yemeklerinin satıcıları aynı zamanda bu lezzetlerin koruyucusu ve onları geçmişten geleceğe kadar taşıyacak olan kişiler olarak da bahsedilmektedir. Gastronomi turizmi açısından bakıldığında, sokak lezzetleri ve bu lezzetleri üretip satan kişiler geleneksel yiyeceklere sürdürebilmek için ele alınan bir konu olarak görülmektedir. Diğer bir açıdan bakıldığında bir toplumun yemek yeme alışkanlıkları, o toplumun coğrafyası, sosyal, kültürel özellikleriyle doğrudan ilişki olduğundan her milletin, kendine özgü yemek çeşitleri ve servis şekli bulunmaktadır. Yiyecek için seyahat eden birçok turist ise gittikleri destinasyonda farklılıklar olduğundan çekici gelen yiyecek sunumları ve lezzetleri olmaktadır bundan dolayı turistlerin beğenisini kazanabilmek ve akılda kalabilmek mümkün olmaktadır. Günümüzde sokak lezzetlerini hazırlama ve saklanma koşulları bunları satın alan kişileri düşündürse de sokak lezzeti satıcılarının ekonomik açıdan önemi ve turizme etkisinden dolayı ortadan kaldırılmamaktadır (Dilek Dönmez Polat, 2017, s. 119-120).

İstanbul'un hem kendi bünyesinde yaşayan insanları hem de ziyaret amaçlı veya gastronomi için gelen turistlerin genellikle sokak lezzetlerini tercih etmelerinde de sokak satıcıları önemli rol oynamaktadır. Bu sokak satıcıları insanların dikkatini gerek kıyafetleriyle gerek tezgâh sunumlarıyla gerekse mâni ve naralarıyla tüketicilerin dikkatini çekmekte olup insanların ürünlerine ilgi göstermelerini sağlamaktadırlar. Aynı zamanda sokak lezzeti satıcılarının ve tüketicilerin arasında oluşan güven duygusundan dolayı da sokak lezzetleri tercih edilmektedir. Birçok insan sokakta parasız gezerken bile ödemeyi daha sonraya yapacağını söyleyerek rahatlıkla satıcılardan yiyecek alıp tüketmektedirler bundan dolayı tüketicilerin bu lezzeti tercih etmeleri zorunlu hale gelmektedir (Kurt, 2018, s. 22). Birçok araştırmaya göre sokak satıcılara yaptıkları iş sorulduklarında az ücret kazanmanın kaygılarını, fiziksel olumsuzluklar yaşadıklarını, mevsimsel değişikliklerden etkilendiklerini ve uzun saatler boyunca çalışmalarının stresi altında oldukları incelenmiştir. Bir diğer olumsuzluk ise zabıtalar ile yaşadıkları sorunlar olmaktadır. Buna rağmen işini zevkle yapan sokak lezzetleri satıcılarına da rastlanmaktadır (Gülnur Bayraktar, 2019, s. 1374).

2.4. Sokak Lezzeti Satıcılarının Kullandığı Servis Araçları ve Özellikleri

Geçmişten günümüze kadar sunumları farklılık gösteren birçok sokak lezzetlerinin satıcıları veya üreticilerinin kullandığı servis araçları da değişimden etkilenmiştir. Sokak yemeklerinin servisinde ekonomik değer taşımayan genellikle kullan at şeklinde olan ekipmanlar kullanılmaktadır. Örneğin; plastik çatal-bıçak, kâğıt tabak, karton bardak şeklindedir. Bunun yanı sıra bir de sunum için maliyet harcayan ve ürünlerini yaptıkları sunumlara karşı daha maliyetli satan sokak satıcılarına da rastlamak mümkündür. Bir de bu ürünleri sokakta satmak için kullanılan araç ve gereçler bu üreticilerin olmazsa olmazlarıdır. Günümüzde kullanılan seyyar araçlar ve bazı ekipmanların bilgileri aşağıda verilmektedir.

2.4.1. Tahta ve Alüminyum Yiyecek Tepsileri

Bu tepsileri genellikle tüm satıcılar kolaylıkla yanlarında taşıyabilmekte ve ayaklarını açıp belirli caddelerde servis yapabilmektedirler. Genellikle bu tepsiler simit, poğaça tarzı hamur işleri için kullanışlı olup hafif ve taşınılabilir yapıdadırlar. Ek olarak bu tepsilerde midye dolma satışı yapıldığı da görülmektedir (Girgin, 2019, s. 22).

2.4.2. Tekerlekli Araçlar (El Arabaları)

Genellikle üç veya dört ayaklı olarak ikiye ayrılan bu seyyar araçlar, camekânlı veya üstü açık şeklinde günümüzde olup çeşitli lezzet sunumları yapılmaktadır. Simit arabaları olarak da kullanılan araçların başında klasik dört tekerlekli arabalar gelmektedir. Ek olarak yanında peynir ve çeşitleri olmakla birlikte, açma, poğaça, çatal kurabiyenin de satışı çoğu sokaktaki simit satıcısının arabasında görülmektedir. Kestane ve mısır arabaları da simit arabaları gibi dört tekerlekli olup közde veya haşlama şeklinde o an yapılıp tüketiciye servis edilmektedir. Üç tekerlekli camekanlı araçlarda genellikle şerbetli tatlıların; şambali, halka tatlısı, tulumba satışı yapılmaktadır. Üç tekerli ızgaralı veya saçlı üstü açık arabalarda ise gözleme, köfte ekmek, sucuk ekmek ve balık ekmek tarzı sıcak ekmek arası ürünlerin servisi yapılmaktadır.

2.4.3. Tavuk-Nohut-Pilav Arabaları

Seyyar kullanıma uygun olarak camekan bölümlü pilavın alttan ısı aldığı su hazneli arabalar olarak bilinmektedir. Genellikle bu araçlar, alttan tüp işe benmari şeklinde pilavı ısıtıp, üst saçta pilavı taze ve nemli tutmaktadır. Bu araçlarda pilav, ayrı bir kapta duran nohut ve ekstra tavukla birlikte de servis edilmekte olup serviste genellikle, ketçap ve baharatlar tüketiciye sunulmaktadır (Mutfak Ekipmanları - Sanayi Tipi, 2018).

2.4.4. Kokoreç Arabaları

Kokoreç arabaları genellikle 3 tekerlekli olup, kömürle pişirme yapılmaktadır. Altında bulunan özel haznesi sayesinde kömür kullanılabilir ve metal şişlere bağırsağı dolayarak çelik ızgarada pişirilmektedir. Doğrama tahtası koymak içinde bir alan mevcuttur ve malzemeler (ekmek, domates vb.) o tahtada hazırlanıp servis edilmektedir (Girgin, 2019, s. 23).

2.4.5. Sabit Tezgahlar

Genellikle sabit tezgahlar, büfe benzeri küçük alanlardan oluşmaktadır. Bu tip tezgâhları cadde başlarında sokak aralarında görmek mümkündür. Genellikle bir tost makinası veya sandviç tezgâhı bulunduran bu tip küçük işletmeler, taze sıkma meyve suyu satışı da yapmaktadır, bununla birlikte, tost, sosisli, patates kızartması, soğuk sandviç bulunmaktadır.

2.5. Türkiye'deki Sokak Lezzetleri Kültürü ve İnsan Üzerindeki Etkileri

Türkiye, kendi mevsimsel özellikleri, coğrafyası ve tarihi birikimi ile birlikte günümüze kadar zenginleşen çeşitli sokak lezzetleri kültürüne sahiptir. Balık ekmek, kokoreç, midye, dürüm, boza gibi birçok lezzet Türk sokak lezzetleri olarak kabul edilmektedir. Türkiye'de bulunan bu lezzet çeşitliliğinin temel sebeplerinden biri de her ilin kendine özgü lezzetlerinin olmasından kaynaklanmaktadır (Gürkan Akdağ, 2018, s. 591).

Örneğin; Adana ili kendine has zengin sokak lezzetleri ile Türkiye'nin gastronomi turizmi potansiyeline sahip şehirlerinden sadece bir tanesidir. Günümüzde de hızla gelişip ilerleyen yemek kültüründen etkilenen sokak lezzetleri, son dönemlerde turistik anlamda da ön planda olmaktadır. Bu lezzetler çoğunlukla; kumpir, mısır, lokma, simit, kokoreç, midye, balık ekmek, köfte ekmek, içli köfte, pamuk şeker, sucuk ekmek, nohut pilav, macun, kumru, waffle, halka tatlısı, taze sıkılmış meyve suyu, döner, tantuni, boza, soğuk sandviçler, çiğ köfte, tükürük köfte, elma şekeri, dondurma vb. olarak sıralanmaktadır (Dilek Dönmez Polat, 2017, s. 119-120). Türkiye'de sıklıkla tüketilen sokak lezzetleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 4-Türkiye'de Sıklıkla Tüketilen Sokak Lezzetleri

Simit	Boza
Balık Ekmek	Midye Dolma
Kestane	Kokoreç
Haşlanmış-Közde Mısır	Balık Ekmek
Köfte Ekmek	Tavuk Pilav

Kaynak: (Aydın B. , 2020, s. 11)**.**

Sokak lezzetlerinin insanlar üzerindeki etkileri genellikle ekonomik fayda sağlamak ve karın doyurmak gibi görülse de birçok sağlığı tehdit eden unsurlarda görülmektedir. Bu riski taşıyan en temel neden ise yiyeceklerin sokakta satılmasıdır. Örneğin, Türkiye'de salgın hastalık devam etmesine ve kısıtlamaların gelmesine rağmen birçok şehirde sokakta satış devam etmekte olup yiyeceklerinde insan sağlığını tehdit ettiği görülmektedir. Bunun için gerekli hijyen ve tedbir alınmalı kapalı kutularda veya arabalarda yiyeceklerin hijyen kurallarına uygun servis edilmesi gerekmektedir.

Nüfus bakımından Türkiye'nin en kalabalık ili olan ve metropol şehri kabul edilen İstanbul, sokak lezzetleri açısından da büyük zenginlik ve çeşitliliğe sahip olmaktadır.

Geçmişten günümüze birçok imparatorluklara başkentlik yapmış olan İstanbul, farklı kültürlerin bir araya geldiği şehir olarak kabul edildiğinden dolayı oldukça geniş yemek kültürünü içinde barındırmaktadır. İstanbul, sokak lezzetlerinin içinde barındırdığı yiyecek-içecek sektöründen önemli gelir ve alternatif beslenme kaynağı oluşturmaktadır. Diğer bir açıdan bakıldığında da İstanbul sokak lezzetleri, oldukça önemli bir beslenme alışkanlığı haline geldiği için birçok genç nüfusa iş olanağı sağlamaktadır (Gürkan Akdağ, 2018, s. 591).

2.5.1. İstanbul'daki Sokak Lezzetlerinin Sağlık, Hijyen ve Beslenme Boyutu

Yemeklerin, sağlığa zararlı olmaması, beslenme boyutu ve hijyenle hazırlanması, kavramlarını bir başlıkta toplayan gıda güvenliği olarak incelenmektedir.

Gıda güvenliği; yiyeceklerin üretimi, hazırlanması, işlenip satışa sunulması sürecinde oluşan uygulamalar, kullanılan ekipmanların uygunluğu gibi konuları araştırmaktadır. Bu kapsamda birçok gıda güvenliği çalışmalarında sokak lezzetleri çoğu kez incelendiği bilinmektedir. Birçok çalışmada paketlenmemiş ve etiketi olmayan gıdaların tercihi risk kaynağı olarak belirtilmiştir. Dünya üzerinden bir örnek verildiğinde; Brezilya plajlarında gerçekleştirilen bir araştırmada besin saklama koşullarının eksik olduğu ve kişisel hijyen kurallarına uyulmadığı sonucuna varıp, sokak yemeklerinin yasaklanmasının bir çözüm olmadığı vurgulanmaktadır. Bu örnekte de olduğu gibi gıda güvenliğini inceleyen benzer araştırmalarda da sorunlu noktaların tespiti ve uygun politikaların geliştirilmesi gerekmektedir (Karsavuran, 2018). Yiyeceğin sağlıklı ve güvenilir olmasıyla ilgili; çevresel kirlilik, yiyecekte toplu üretim ve satış, denetimsizlik, ürünlerin son kullanma tarihinin arttırılması, kontrolsüz yiyecekler, hızlı nüfus artışı gibi nedenlerden dolayı tehlikenin arttığı bilinmektedir. Gelişen teknoloji ve artan nüfusa bağlı olarak her geçen gün daha fazla sokak lezzeti görülmektedir. Buna rağmen yetersiz denetim ve düşük maliyetli ham madde alımından dolayı zehirlenme olasılıkları görülmektedir. Bu zehirlenmeler kimyasal, fiziksel ve mikrobiyolojik olarak üç kısımda incelenmektedir (Girgin, 2019, s. 30).

Tablo 5- Gıdalardaki Fiziksel Riskler ve Kaynakları

Fiziksel Risk	Kaynağı
Cam	Lamba, Cam kaplar
Metal	Ekipman, Personel ve Hammadde
Saç, Tüy, Tırnak, Kıl Kirlilikleri	Personel ve Ekipman
Böcek, Kemirgen gibi haşere kirlilikleri	Çevre, Ekipman, Yetersiz Haşere Kontrolü,
Taş, Toprak, Toz, Tahta, Plastik	Ambalaj, Ekipman ve Proses

Kaynak. (Girgin, 2019, s. 32)

Tablo 6- Gıdalardaki Kimyasal Riskler ve Kaynakları

Kimyasal Risk	Kaynağı
Tarımsal ilaç kalıntısı/ pestisitler	İlaçlama faaliyetleri
Kimyasal temizlik maddesi kalıntısı	Temizlik sonrası durulama yetersizliği
Madeni yağ bulaşması	Ekipmanlarda kullanılan yağlar ve gıdaya uygun olmaması
Sentetik katkı maddesi ve migrasyon	Aşırı/yanlış, kimyasal kullanımı, uygun olmayan ambalaj kullanımı
Çevre kaynaklı bulaşmalar	Çevre, hava kirliliği, ekipmanlardan çıkan egzoz dumanı

Kaynak. (Girgin, 2019, s. 33)

Tablo 7- Gıdalardaki Mikrobiyolojik Riskler ve Kaynakları

Mikrobiyolojik Risk	Kaynağı
Bakteriler	Personel ve Ekipman
Küf ve Mayalar	Ekipman, Personel ve Hava
Virüsler	Personel
Parazitler	Personel, İçme suyu ve kullanma suları

Kaynak. (Girgin, 2019, s. 34)

Her bölgenin yiyecek kültürünü gösteren, güzel lezzetli ve her zaman ulaşımı kolay maliyeti düşük gastronominin de bir parçası olan yiyeceklerden sokak lezzetleri bulunmaktadır, bu lezzetlerin tercih edilmesinin asıl sebeplerinden biri de hazırlığı hızlı ve çabuk tüketilmesinden kaynaklanmaktadır. Yapılan araştırmalar incelendiğinde İstanbul'da satılan sokak lezzetlerin çoğu; kokoreç, pilav, tavuk döner gibi lezzetlerin sağlık açısından tehdit içerdiği belirtilmektedir. Bu araştırmada 1 yıl boyunca yapılan araştırma sonucu numunelerin çeşitli bakterilere neden olduğu görülmektedir. Birçok bakterinin çıktığı bu testlerde %10'nunda Salmonella bulunduğunu belirten İstanbul Gelişim Üniversitesi Dr. öğretim üyesi Murat Doğan çok riskli bir bakteri olduğunu, bu bakterinin tifoya neden olduğunu belirtirken tifo yüzünden geçmişte birçok insanın öldüğü vurgulamıştır. Araştırılan yiyeceklerden her 4'ünden 1'inde E.coli bakterisinin bulunduğunu tespit eden Murat Doğan, halk sağlığını tehdit eden bir unsur olduğunu ve bir an önce kontrol altına alınmasını vurgulamıştır (Aydın M. , 2020).

2.5.2. İstanbul'da Sokak Lezzetlerinin Gelişimi ve Önemi

Kökeni eskilere dayanan sokak lezzetleri, bireylerin uygun maliyetlerle karnını doyurmayı amaçlamaktadır. İnsanlar arasında beğenilerek ilginin arttığı bu lezzetler zaman geçtikçe kendi içinde gelişimini ve çeşitliliğini arttırmıştır. Kökeni antik Yunanlılara

dayanan sokak lezzetleri, günümüzde de olduğu gibi hem insanları doyurmayı ve aynı zamanda sosyalleşmeyi hedeflemiştir. Zaman içerisinde mutfaklarında gelişiminden etkilenen bu sokak lezzetlerinin çeşitlerinden çoğu toplumun tercih etmesinin artması ve şehirlerde insanların artmasından dolayı küçük dükkanlarda bile satılmaya başlamıştır. Büyük şehir olarak bilinen İstanbul bu lezzetleri hemen hemen her cadde ve sokağında bünyesinde tutmayı başarmıştır.

İstanbul birçok medeniyete ve kültüre ev sahipliği yapmış bir şehir olarak yemek kültüründe zaman içinde hızla değişip gelişim gösterdiği görülmektedir. Gerek Osmanlıdan gelen mutfak kültürü gerekse dünya mutfağından gelen bilgi birikimleri İstanbul da harmanlanarak sokak lezzetlerine katkısı oldukça fazla olmuştur. Zamanın hızlı ilerlemesi ile birlikte çabuk, pratik ve maliyeti düşük olan bu sokak lezzetleri İstanbul'la bütünleşen bir olgu olmuştur (Girgin, 2019, s. 8-9).

İstanbul da sokak lezzetlerinin gelişmesinin temel unsurlarından biri de Türk mutfağının geçmişten günümüze zenginleştirilmiş yapısından etkilenmesidir. Türk mutfağının, kendine özgü zengin bir mutfak olmasının başında, Türk toplumunun geleneklerinin, tarihsel yaşamının, kültürünün ve yaşadığı bölgedeki geniş olanakların etkili olduğu görülmektedir. Nesilden nesile değişim gösteren imparatorluklar birikimleriyle ilerlerken mutfak kültürlerini de beraberinde getirmişlerdir (Akman, 1998, s. 9).

Türk toplumunun da beraberinde getirdiği Türk mutfağı kültürü metropol şehri olan Türkiye'nin gözdesi İstanbul'la da yakından ilgilidir. İstanbul şehrinin gelişimi hızla ilerlemesinden dolayı, sanayileşme ve ekonomi ön plandadır, yaşaması pahalı olan bu şehirde yiyecek sektörü hızla ilerleyip maddi açıdan insanları etkilemeye devam ettikçe sokak lezzetlerinin tercihi artmaktadır. Sokak lezzetlerinin bu kadar tercih edilmesindeki bir diğer unsur ise zamanın öneminin arttığı son yıllarda, hızlı bir şekilde doyma ihtiyacının karşılanmasından kaynaklanmaktadır

.

İstanbul'daki Sokak lezzetlerinin önemli olmasının temel unsurları; rahat ulaşılabilecek yerlerde bulunması, hızlı alınıp tüketilebilmesi, maddi açıdan uygun fiyatlarda olması, çeşitliliğinin fazla olup insanların tercihlerinin olması, tüketicinin, üretici ile direk

iletişim imkânı ve detaylı bilgi alış olanağı, bazı sokak lezzetlerinin o an hazırlanması sonucu tüketicilerin müdahale yetkisi olanakları bulunmaktadır (Altunbağ, 2020, s. 16).

3. İSTANBUL'DAKİ SOKAK LEZZETLERİNİN ÇEŞİTLERİ, İÇERİĞİ, HAZIRLIK VE SUNUM AŞAMALARI

İstanbul Sokak lezzetleri çeşitliliği bakımından oldukça zengin bir şehir olmaktadır. İstanbul'un birçok cadde ve sokaklarında kahvaltıdan, akşam öğününe kadar yenilebilecek birçok yiyecek çeşitte lezzete ulaşmak mümkündür. Bununla birlikte uygun fiyatlı olması da birçok insanın daha çok tercih etmesini sağlamaktadır. İstanbul'un sokak lezzetleri aşağıdaki gibidir.

3.1. Sokak Lezzetlerinde Tuzlular ve Ekmek Arası Servis Edilenler

3.1.1. Simit

Simit, kökeni Osmanlı'ya dayanan ve Evliya Çelebi'nin 'araba tekerliği kadar' dediği bir lezzettir ve o ilk simitler oldukça büyük olarak bilinmektedir. Türkiye'nin lezzetlerinde önemli bir yer alan simit, temel besin kaynaklarından birisi olup, Türkiye'nin her bölgesinde farklı şekillerde yapılmaktadır (Şentürk, 2018).

İstanbul'un gözde sokak lezzetlerinden olan simit, tekerlekli simit arabalarıyla İstanbul'un hemen hemen her sokağında satılmaktadır. Yapımında; simit şekli verilmiş hamur pekmeze bulanarak tamamı susamla kaplanıp, odun ateşinde pişirilmektedir.

3.1.2. Yağlı Sokak Poğaçası

İstanbul'un sabah saatlerinde hızlı doymanın yanı sıra lezzetli olmasından dolayı vazgeçilmez lezzetlerindendir. Normal poğaçalardan farklı kılan dışı çıtır, içi yumuşak ve

yağlı tüketilmesidir. Genellikle bu poğaça yapımında; un, tereyağı, sıvıyağ, maya, yoğurt, yumurta, şeker ve tuz kullanılmaktadır.

3.1.3. Açma

Birçok insanın tercih ettiği mayalı sokak lezzetidir. Simit arabalarındaki lezzetler arasında bulunmaktadır. İş merkezlerinin köşelerinde rastlanmaktadır, bunun yanı sıra İstanbul'un her caddesinde de karşılaşmak mümkündür.

3.1.4. Çatal Kurabiye

İstanbulluların sabah saatlerinde tercih ettiği bu lezzet diğer adıyla tuzlu kurabiye olarak bilinmektedir. Simit arabalarının vazgeçilmez lezzetlerinden biridir, yapımı ucuz maliyetli kurabiye mantığıyla pişirilmektedir.

3.1.5. Gözleme

Kıymalı, peynirli, ıspanaklı, patatesli şeklinde çeşitlerini deneyimlemek mümkündür. Sokak lezzeti olarak arabalarda daha çok patates ve peynirlisi tercih edilir bunun sebebi de az maliyetli olması ve çok tercih edilmesinden kaynaklanmaktadır. Yapımında ise, saclarda yufkaların içine çeşitli malzeme koyularak arkalı önlü kızartılıp servis edilir.

3.1.6. Tavuklu-Nohutlu Pilav

İstanbul'un en işlek semtlerinden olan Unkapanı'nın gözde sokak lezzetlerindendir. Tavuklu, nohutlu, tavuk-nohutlu, şeklinde servis edilmektedir. İstanbul'un hemen her caddesinde arabalarda satışı yapılmaktadır. Bununla birlikte köşe dükkanlarda da bulunması kolay az maliyetli doyurucu bir sokak lezzetidir.

3.1.7. Balık Ekmek

Tarihi Eminönü'ndeki tüm İstanbul'a gelenlerin bildiği balık ekmek sefası olarak bilinen bu lezzet kökeni Osmanlı'ya dayanmaktadır. Geçmişten günümüze Haliç'in kıyılarında balık ekmek satışı halen devam etmekte olup Osmanlı döneminde teknelerle Haliç'e açılan balıkçılar, teknelerine aldıkları tüketicilere tuttukları balıkları o an kızartıp servis ettikleri bilinmektedir. Günümüzde ise tarihi yarımadayı gezerek yenilen balık ekmek yerine kıyıya demir atmış teknelerde satış yapılmaktadır. Bazı satıcılar ise halen daha Osmanlı kıyafetlerini giyerek otantik bir görüntü sağlayıp turistlerin büyük ilgisini çekmektedir. Eminönü bu anlamda turistlerin en çok tercih ettiği semtlerden olmakla birlikte Türkiye'ye düzenlenen turlar içerisinde çoğunlukla başta Eminönü'ndeki balık ekmek keyfi olarak adlandırılan bir keyif gerçekleştirilmektedir (Balık Ekmek Turizmi). Kışın daha çok tüketilen bu lezzet, Karaköy, Eminönü, Beşiktaş gibi sahil semtlerinde daha çok rastlanan sokak lezzetleri olarak bilinmektedir. Ekmek arası servis edilen bu sokak lezzeti; genellikle uskumru balığının filetosunu ızgara da pişirerek turşu biber ve şalgam ile tercih edilmektedir.

3.1.8. Midye Dolma

Osmanlı döneminde birçok deniz ürünü gibi midyede yeme kültürümüzün bir parçası haline gelmiştir. Günümüzde meze olarak da kullanılan bu lezzet İstanbul'un eğlence mekanlarının bulunduğu caddelerde, sahillerde görülmektedir. Mide dolma yapımında; midye kabuklarının üzerindeki taşlar kazınarak temizlenerek, bıçak yardımıyla kabuklar açılıp midyenin içindeki tüyler vb. bulaşıcılar temizlenerek midyeler yıkanmaktadır. Midye dolmanın iç pilavı için soğan hazırlanır, küp şeklinde doğranarak karamelize olana kadar kavrulur. Daha sonra soğana, pirinç, tuz, şeker, baharatlar, su eklendikten sonra iç pilav belirginleşince altı kapatılarak dinlendirilmektedir. Önceden doldurmak için hazırlanan midyelere iç pilavı sıkmadan doldurulup tencereye dik şekilde yerleştirilmektedir. Midye pişirme tekniğine göre su eklenerek pişirip sunuma hazır hale getirilmektedir. Satıcıların tercihine ve tezgahlarına göre limon ile birlikte sıcak veya soğuk servisi yapılmaktadır (Güngörür, 2019, s. 10).

3.1.9. Ciğer

Geleneksel bir Türk yemeği olarak kabul edilen ciğer, sokak lezzetinde Arnavut ciğeri olarak servis edilmektedir. Arnavut ciğerinin kökeni on beşinci yüzyılda Rumeli'deki savaşlarla beraber İstanbul'a göç eden Arnavutlara dayanmaktadır. Arnavut ciğeri yapımında kuzu veya dananın karaciğeri küpler halinde doğranarak un ve baharatlar ile harmanlanıp kızartılarak soğan ve maydanoz ile servis edilmektedir. Çoğunlukla seyyarlarda bu lezzet küp kızartılmış patatesle de sunulmaktadır. Aynı zamanda seyyar karaciğer satıcılığı Arnavutların İstanbul'a getirdiği geleneklerden biridir (Arnavut Ciğeri, 2020).

3.1.10. Sucuk Ekmek

Sucuk ekmek, İstanbul'un popüler semtlerinde ayak üstü atıştırmalık lezzetlerden biri olarak bilinmektedir. Eti seven çoğu insanın tükettiği bu lezzeti yapan sokak satıcıları genellikle ızgara sucuğu ekmek arası servis etmektedirler. Tercihe göre; domates, biber ile de hazırlandığı bilinmektedir. Sucuğun yapımında ise dana etinin ve yağın kıyma makinasında kıyıldıktan sonra çeşitli baharatlar, tuz ve katkı maddelerinin ilave edilmesi ile elde edilen karışımın doğal veya yapay kılıflara doldurulduktan sonra belirli sıcaklık ve nemli ortamda belirli bir süre olgunlaştırılmasıyla elde edilen bir et ürünüdür (Barutçu, 2018).

3.1.11. Kokoreç

İstanbul'un işlek sokaklarında pişirilmektedir. Kuzu işkembesinden yapılan bu lezzet baharatlarla tatlandırılarak pişirilir. Ekmek arası servis edilir. Geleneksel bir et ürünü olan kokoreç, üretiminde iç yağlarının etrafına koyun veya dana ince bağırsaklarının sarılması ile hazırlanan ve hammaddesi ince bağırsak olan bu lezzet, ön pişirme işlemine tabi tutulduktan sonra genellikle kömür ızgaralarında pişirilmektedir. Diğer bir pişirme seçenekleri bulunan kokoreç; kızartma, haşlama veya tandır olarak da yapılmaktadır. Türkiye'de bu lezzet sokakta satılmaktadır ve pişirildikten sonra tüketicilerin isteğine göre baharatlı veya

baharatsız ekmek arası servis edilmektedir. İstanbul'un sokak lezzeti olarak bilinen bu lezzet süt kuzusundan elde edilen ince bağırsaklardan yapıldığı bilinmektedir (Babaoğlu, 2015).

3.1.12. Tavuk-Et Döner

Döner, geçmişten günümüze Türk mutfağının ve Türk sokak lezzetlerinin vazgeçilmezi haline gelmiş bir Türk yemeğidir. Et dönerin yanı sıra tavuk dönerin tarihçesi çok da eskiye dayanmayıp aynı zamanda et dönere göre maliyeti daha uygun olmaktadır.

Et dönerin yapılışında içyağı ve baharatlarla harmanlanarak ve dövülmüş et parçalarının dik şekilde bir şişe geçirilerek odun ateşinde veya elektrikli döner ocaklarıyla pişirilen bir çeşit Türk yemeğidir. Tavuk dönerin yapılışında ise; tavuk butu ve tavuk göğsü karıştırılarak, soğan, sarımsak, yoğurt, zeytinyağı ve baharatlarla harmanlanarak et dönerde olduğu gibi dik bir şekilde şişe takılarak pişirilmektedir. Sokaktaki sunumunda tombik denilen ekmek, lavaş, beyaz ekmek, tandır ekmeği vb. çeşitli ekmeklerin arasına koyularak içerisinde çoğunlukla, patates, soğan, turşu, ketçap, mayonez, yeşillik ile servis edilmektedir.

3.1.13. Tükürük Köftesi (Köfte Ekmek)

Türklerin çok fazla tükettiği lezzetlerden biri de köftedir. Sokaklarda rastlanan, kokusuyla insanları çeken, seyyar köftecilerin tezgahlarındaki köfteye denmektedir. Tükürük köftesinin sokaktaki bazı köftecilerin yapımından farkı kıymanın içindeki ekmek içinin suda bekletildikten sonra ıslanması ile birlikte baharatlar ve kıyma ile harmanlanarak yapılmasıdır. Diğer adı ile sokak köftesi anlamına gelen tükürük köftesi, köfte arabalarında servis edilmektedir. Tükürük köftesi yapımında; ekmeği suda beklettikten sonra suyu sıkılarak kıyma, soğan, baharatlar eklenip dinlendirildikten sonra şekil verilip ızgarada veya ocakta kızartılıp yanında piyazlık doğranmış soğan, maydanoz, isteğe göre közlenmiş domates ve biberle ekmek arası servis edilmektedir (Güzenge, 2020).

Sokak satıcıları köfte arabası olarak adlandırdıkları araçlarında ızgaralarıyla birlikte, biber, domates, patatesle ile çeşitlendirdiği, ekmek arası veya tercihe göre lavaş ile birlikte servis ettikleri sokak lezzetidir. Restoranlardakine göre uygun fiyatlı olup doyurucu bir lezzet olarak bilinmektedir.

3.1.14. Çiğ Köfte

Yapımı çiğ etten olduğu bilinen ancak İstanbul'da genellikle uygun maliyetli olmasından dolayı ince bulgurla yapımı tercih edilen kökeni doğu mutfak kültürüne dayanan çiğ köfte günümüzde de bir sokak lezzeti olarak tüketilmektedir. İçerisinde: biber salçası, domates salçası, ince kıyılmış soğan, ince bulgur, kıyılmış et, baharatlardan isot, kırmızı pul biber bulunmaktadır. Yapım aşaması uzun bir yoğurma işlemi gerektiren çiğ köfte servis aşamasında isteğe bağlı olarak nar ekşisi, limon, maydanoz, domates, marul, roka ile tüketilmektedir.

3.1.15. Tantuni

Mersin'e özgü bir yiyecek olan Tantuni bir dürüm çeşididir aynı zamanda sokakta bulunan seyyar satıcılarda ekmek arası da hazırlanıp tüketiciye sunulmaktadır. Bu lezzet ne kadar Mersin'i temsil ediyor olsa da İstanbul'un gözde sokak lezzetlerinden biridir. Günümüzde tüketicilerin tercih ettiği Tantuni iki çeşit etle yapılmaktadır. Bunlardan biri sadece et ile yapılan biftek tantunidir bir diğeri ise hem et hem de içerisinde kuyruk yağı bulunan tantunidir (Tantuni, 2019).

İnce ince doğranmış eti, çeşitli baharatlarla harmanlayıp lavaş veya ekmek arasına konularak üretilmektedir. Genellikle yanında biber turşusu ve limon ile servis edilmektedir. İstanbul'un birçok semtinde tantuniye ulaşmak mümkündür.

3.1.16. Kumru-Patso-Sosisli-Islak Hamburger

Genellikle fastfood olarak adlandığımız bu yiyecekler sandviç ekmek çeşitleriyle birlikte tercihe göre; patates, sosis, salam, sucuk, kaşar, baharatlı sıcak-soğuk soslar ile birlikte İstanbul'un işlek caddelerinde en çok tercih edilen sokak lezzetlerindendir.

Kumru; İzmir'in gözde yiyeceği olan İstanbul'da da çok tüketilen bu lezzette; salam, sosis, sucuk, kaşar ve tereyağı ile servis edilmektedir.

Patso; diğer adıyla patates ekmek olarak da adlandırılmaktadır. Kızartılmış patates, ketçap ve mayonez ile servis edilmektedir.

Sosisli; Domates salçası içerisinde pişirilmiş sosisin ekmek arası servis edilmesi şeklidir, ek olarak bu sandviçe Amerikan salatası eklendiğinde bu sokak lezzetinin adı da Goralı'dır.

Islak Hamburger; Genellikle Avrupa Yakasında İstiklal Caddesinin göz bebeği olan bu sokak lezzeti içerisinde bulunan köfte ve hamburger ekmeği birleştirilerek domatesli sosta pişirilip buharda bekletilmektedir. Sıcak servis edilir.

3.2. Sokak Lezzetlerinde Tatlılar

3.2.1. Şambali

Diğer adıyla Şam tatlısı İstanbul'un eski sokak tatlısı, Türk mutfağında irmikli tatlı olarak bilinmektedir. Yoğurt, irmik, un yapılan kolay ve lezzetli bir tatlı olmaktadır. Bu karışım tepsiye dökülerek yer fıstığı veya badem dizilip pişirildikten sonra şeker, limon, su ile sıcak şerbet hazırlanıp üzerine dökülür ve soğuk şekilde servis edilmektedir (Şambali, 2020).

3.2.2. Macun

Macun diğer adıyla Mesir Macunu olan bu şekerleme kökeni Osmanlıya dayanmaktadır. 1522 yılında dönemin padişahı olan Yavuz Sultan Selim Han'ın eşi, Kanuni Sultan Süleyman'ın annesi Ayşe Hafsa Sultan'ın hastalanmasıyla dönemin önde gelen hekimlerinden Merkez Efendi 41 çeşit baharatı karıştırarak bu macunu üretip Ayşe Hafsa Sultana yedirip iyileşmesini sağlamıştır. Daha sonra Ayşe Hafsa Sultan bunu her yıl aynı zamanda yapılıp halka da dağıtılmasını istemiştir (Hakiki Osmanlı Macunu, 2009). Halk tarafından ilgi gören Mesir macunu tarifi duyulmuş, öğrenilmiş ve insanlar tarafından yapılmaya başlanmıştır.

Günümüzde bu lezzete İstanbul da çok rastlanılmasa da festivallerde, şenliklerde satıcılarına rastladığımız bu lezzet renkli aromalı tatlarıyla tüketicilerine cazip gelmeyi hedeflemektedir. Günümüzde mesir macunu ne kadar şekerleme olarak bilinse de içerisinde farklı renklerde oluşmasını sağlayan şifalı baharatlar bulunmaktadır ve bundan dolayı bu şekerleme aslında Osmanlıdan günümüze kadar gelen şifalı bir sokak lezzetidir.

3.2.3. Waffle

Belçika asıllı bir hamur tatlısıdır. Ne kadar kökeni Avrupa'ya dayansa da Türkiye genelinde aynı zamanda İstanbul da üretimi çok olan ve hamurlu tatlılardan en çok tercih edilenler arasında yer almaktadır.

Un, süt, şeker, kabartma tozu ile hazırlanan krep benzeri tatlı bir sıvı hazırlanarak Waffle makinelerinde pişirilerek bu tatlı hamur üzerine sütlü çikolata, beyaz çikolata, bitter çikolata çeşitli şekerlemeler, muz, çilek ve kivi ile birlikte servis edilip dileğe göre elde, tabakta tüketilmektedir.

3.2.4. Halka Tatlısı

Orijinal ismi Arapça müşebbek kelimesinden gelmektedir. Anlamı örgülü, oyma kafes, şebeke anlamına geldiği söylenmektedir. Bu tatlı ülkemizin hemen hemen her bölgesinde de diğer adıyla Kerhane tatlısı olarak da bilinmektedir. (Sokak Yemekleri, 2016). Şerbetli tatlılar arasında fiyatı en uygun maliyetli olan tane olarak satılan bu tatlı birçok insanın tercih ettiği hem şerbetli hem hamurlu tatlı olarak bilinmektedir. İstanbul'un birçok işlek caddelerinde ve ara sokaklarında da bu satıcıları görmek mümkündür.

Halka tatlısının hamurunda; Un, yumurta, su, irmik, nişasta bulunmaktadır. Hamurlara halka şekli verilerek derin yağda kızartılıp şeker, su ve limon ile hazırlanan şerbete konulmaktadır.

3.2.5. Pamuk Şekeri

Çoğunlukla makinalarda pembe renk üretilen, çocukları büyüleyen şekerlemelerdendir. Bu lezzeti satan sokak satıcıları ikiye ayrılır; biri makinasıyla dolaşıp sipariş üzerine üreten sokak satıcılarıdır diğeri ise pamuk şekerlerini paketlenmiş şekilde toplu satın alıp balon vb. aksesuarla satmaktadır. Bu sokak satıcılarına çocukların çoğunlukla bulunduğu düğün, eğlence merkezi ve benzeri işletmelerin önünde rastlamak mümkündür.

3.2.6. Elma Şekeri

Elma şekeri de tıpkı pamuk şeker gibi çocukların bulunduğu düğün ve davet salonlarının önü, park gibi açık alanlar, çocuk eğlence merkezleri vb. yerlerde bulunmaktadır. Bu sokak satıcıları şekerlemeleri bir arada paket şeklinde tüketiciye sunmaktadırlar. Rengi ve tadıyla çocukların vazgeçilmez şekerlemeleri olarak bilinmektedir. Aynı zaman da ailelerin daha çok tercih ettiği bir şekerlemedir bunun nedeni ise kırmızı renkte olan cam görünümlü karamelize edilmiş şeker ile kaplı olan o lezzetin içinde faydalı meyvelerden Elma vardır ve ismini de bu meyveden almaktadır.

3.2.7. Kâğıt Helva

Türk yemek kültüründe geleneksel bir sokak lezzetidir. Günümüzde sokak satıcıların renkli paketlerde satışa çıkarttığı bir lezzettir. Çocukların tercih ettiği bu lezzet dışı çıtır içi şekerli kremadan oluşmaktadır.

Kâğıt helva, evde yapımının olmaması sebebiyle paket halinde alınıp sokaklarda satılmaktadır. Yapımında ise; hazırlanan helvacı kağıtlarının arasına macun konularak elde edilmektedir. Helvacı kâğıdı ise mayalı hamurun oyma motifli kalıplara koyarak pişirilmesiyle üretilmektedir. Üretilen bu kalıplar kâğıt helvayı ince, kolay kırılan, çıtır yapıda oluşturmaktadır. Öncelerde arasına sakız helvası koyulduğu bilinmekte olup şimdi ise koyu kıvamlı glikoz veya sakkaroz şurubu tercih edilmektedir (Kaymaz, 2020).

3.2.8. Lokma

Lokma genellikle İzmir'de tüketilen bir sokak lezzeti olsa da İstanbul'da da bir sokak lezzeti haline gelmiş bir tatlı olmaktadır. Yuvarlak hamur toplarını kızartarak ve şerbetlenerek servis edilmektedir.

3.2.9. Dondurma

Dondurma, çoğunlukla yaz günlerinde insanların serinlemek için tükettiği lezzettir, aynı zamanda kişilerin tatlı ihtiyacını gidermesine yardımcı olmaktadır. İstanbul'da yazın dondurma denildiğinde akla genellikle insanların vazgeçilmez sokak lezzeti haline gelen Maraş dondurması gelmektedir. Bu lezzeti satan sokak satıcıları, Kahramanmaraş'ın yöresel kıyafetleri ve sevimli hareketleriyle tüketicilerin dikkatlerini çekmeyi hedeflemektedirler. İnsanların çoğunlukla sokak dondurması olarak Maraş dondurmasını tercih etmelerinin bir nedeni ise dondurmanın renkleri, lezzeti ve dokusundan kaynaklanmaktadır.

Tatlı ve soğuk lezzet, beslenme değeri yüksek bir ürün olmakla birlikte ilk ortaya çıkışı kesin olarak bilinmemektedir. İlk çağlarda meyve suları ve sütün soğuktan donmasıyla birlikte dondurma endüstrisinin başlangıcı olmaktadır. Türkiye'de ise ilk dondurma üretimine 1900'lü yıllarda İstanbul'da ve dondurmanın gözde yeri olan Kahramanmaraş'ta yapıldığı belirtilmektedir. Maraş dondurması 2018 yılında coğrafi ürün olarak seçilmiş ve içesinde, Kahramanmaraş'ta yetişen keven, sümbül, kekik, çiğdem gibi çiçeklerle beslenen keçinin sütleri ve salebin karışımı olduğu belirtilmiştir (Türkmen, 2019).

3.3. Sokak Lezzetlerinde İçecekler

3.3.1. Taze Sıkma Meyve Suyu

İstanbul'da kış aylarının vazgeçilmezi olan portakal, mandalina, nar, limon, greyfurt, elma, havuç vb. meyve, sebzelerin olduğu gibi yaz meyvelerinden ise çilek, üzüm, ananas, vişne vb. meyvelerin hepsi ya da isteğe bağlı birkaçını makinalardan geçerek sipariş üzerine taze şekilde sıkılıp servis edilen maliyeti düşük aynı zamanda insan sağlığına faydalı olan içeceklerdir. Genellikle bu içeceği satan sokak satıcıları bardakları üç farklı boyutta fiyatlandırıp tüketiciye sunmaktadır.

3.3.2. Boza

Bozanın kelime kökeni Farsçadan gelmiş olup pirinç ve darı unundan yapılan kıvamlı ekşi bir tadı olan akışkan insan sağlına faydalı bir içecektir. Tarihi eskiye dayanan bozanın öğütülmüş tahılın alkol ve laktik asit fermantasyonu sonucu meydana gelmesiyle biranın atası olarak bilinmektedir. Boza yapımında öğütülen tahıllar kaynatılıp, üzerine su ilave edildikten sonra pişirilir ve süzülüp üzerine şeker ilave edilerek maya olarak eski boza eklenir eğer yok ise yoğur veya ekmek hamuru eklenerek mayalandırılır. Mayalandırıldıktan sonra dolaba konulan boza 3-5 gün içerisinde tüketilmelidir (Sağlam, 2020).

Günümüzde genellikle İstanbul'da akşam saatleri hemen hemen her mahallede boza satıcıları çeşitli maniler söyleyerek geldiklerini haberdar etmekle birlikte satış yapmayı

hedeflemektedirler. Bozanın sunumunda tarçın ve sıcak leblebi kullanılarak servis edilmektedir.

3.3.3. Salep

Salep ’in ham maddesi orkidedir. Orkideler ailesinin birçok türünün toprak altı yumrularından elde edilen toz ve bu tozdan üretilen içecektir. Dünya üzerinde 880 cins ve 21.000-26.000 kadar orkide türü bulunan Orkide familyası üzerinde günümüze kadar özellikle taksomik, filogenik ve korolojik çalışmalar yapılmıştır. Araştırmalara göre Türkiye orta kuşak orkideleri açısından zengin bir ülke olup 191 takson ile temsil edilmektedir. Bu sonuçlardan elde edilen verilere göre 120 orkide salep elde edilişinde kullanılmaktadır. Türkiye’nin birçok ilinde salep piyasası önemli rol oynamaktadır (Özalp, 2019).

Çok sayıda farklı türdeki yumru oluşturan orkidelerin hepsi salep olarak adlandırılmaktadır. Aynı zamanda bu yumrulu orkidelerin oluşturduğu tozdan hazırlanan sıcak içeceğe de salep adı verilmektedir.1599‘lu yıllarda İngiltere’de sokaklarda sıcak içecek olarak salep satışı yapıldığı bilinmektedir. Günümüzde içecek olarak tercih ettiğimiz çay ve kahve içeceğinden önce salep içeceği Anadolu’dan Orta Doğu’ya ve Avrupa’ya kadar tercih edilen bir içecek olarak bilinmektedir (Ömer Çalışkan, 2019). Türkiye’de genellikle salep yapımı; bardaktaki toz kıvam alıncaya kadar sıcak su veya sıcak süt ilave edilir ve üzerine tarçın eklenerek servis edilmektedir. İstanbul’da bu lezzetin satıcıları kış aylarında daha fazla görülmektedir. İstanbul’un sokaklarında ve caddelerinde bu sıcak sokak lezzetine rastlamak mümkündür.

3.3.4. Turşu Suyu

Turşu suyu da turşu gibi kökeni Osmanlı mutfağından gelmektedir. Turşu bulunan çoğu sokak satıcısında genellikle turşu suyunun da satışı olmaktadır. Ekşi lezzetlerin başında gelen bu içecek soğuk tüketilmektedir.

3.4. Sokakta Satılan Sebze ve Yemişler

3.4.1. Közde-Haşlama Mısır

İstanbul'da yaz mevsiminin gözde yiyeceğidir. İstanbul'un birçok sokağında mısır satıcılarına rastlamak mümkündür. Haşlama veya közde yapılarak servis edilir.

3.4.2. Bardak Mısır

Bardak Mısır genellikle haşlama ve közde mısır haricinde dondurulmuş paket mısırı satıcılar toptan alıp pişirerek, çeşitli baharatlarla ve ketçap mayonez gibi soslarla servis etmektedir. Bu bardakları boyutlarına göre fiyatlandırarak satışa sunmaktadırlar.

3.4.3. Kestane

İstanbul İstiklal caddesinin her adımında rastlayabileceğimiz bu lezzet közde yapılarak servis edilir. İstanbulluların yanı sıra turistlerinde çoğu zaman tercih ettiği lezzet olarak bilinmektedir.

3.4.4. Buzlu Badem

Genellikle alkollü açık restoranlarda tüketilmektedir. Bu lezzetin sokak satıcılarına işlek sokaklarda da ulaşmak mümkündür.

3.4.5. Turşu

Osmanlı mutfağında önem kazanmaya başlayan turşu, Türkiye'de bir gelenek haline gelerek zamanla seyyar tezgahlarda, çarşı pazarlarda, hemen hemen her sokakta bulunmaktadır. İstanbul'da en çok tüketilen salatalık ve lahana turşusu olmaktadır. Kış

aylarının vazgeçilmezi yüzyıllarca Türk kültüründeki yerini koruyabilen tursu, Türk toplumunun geleneksel ürünlerinden biri olmaktadır. Turşu genellikle taze meyve ve sebzelerin belirli bir tuz ile kendi sularıyla veya sirkeli suda laktik asit fermantasyonuna uğratılmasıyla elde edilen bir lezzettir. Geleneksel bir Türk yiyeceği olan turşu, sadece bu metotla üretilmeyip, otomatik kapatılabilen ambalajlarda sirkeli salamuralı suda ısı uygulaması ile de üretilmektedir. Bu lezzet bazı çeşni ve katkı maddeleri eklenerek kendine özgü tat ve kokuya sahip olup uzun süre dayanıklılığını koruyabilmektedir (Gözütok, 2013).

3.4.6. Kumpir

İstanbul Ortaköy'ün meşhur lezzeti olan kumpir, patatesin en sevilen hali olarak servis edilmektedir. Kumpir patatesin kabuğu ile birlikte fırınlanmış veya közde pişirilmiş haline denmektedir. Bu fırınlanmış patatesin içerisinde, turşu, zeytin, kısır, lahana, bezelye, havuç, ketçap, mayonez vb. ürünlerle servis edilmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm, teknolojinin ilerlemesiyle birlikte insanları farklı şeyleri keşfetmeye ve ilgi duymaya yönlendirmiştir. Beslenme insanoğlunun olmazsa olmaz yaşama sebeplerinin biri olmanın yanı sıra günümüzde insanların enerjik, sağlıklı hissedip daha keyifli bir hal almasını sağlayan bir gereksinim haline gelmiştir. Beslenme ihtiyacının ötesinde düşünmeye başlayan toplumlar yiyecek-içecekleri kendi kültürlerine göre farklı tekniklerde pişirmiş ve farklı ürünlerle servis etmişlerdir. Avrupa'nın yiyecek anlamında ileriye gitmiş toplumlardan biri olan Fransa mutfağın sanat olduğunu vurgulamış ve bu anlamda gastronomiyi oluşturmuştur. Gastronomi bilimi, diğer adıyla mutfak sanatları, Fransa'da doğmuş ve her toplumun yeme, içme kültürüne göre şekillenmiştir. İnsanların iyi yemek yeme ve mutlu hissetme üzerine kurulmuş bir yiyecek-içecek sistemi olarak günümüze kadar birçok mutfaktan geçerek ve sadeleştirilerek bu noktaya gelmiştir.

Gastronomi, günden güne şekil almasıyla birlikte kültür turizminin de bir parçası haline gelmiş olup kendi alanında bir dal olup gastronomi turizmi adı altında, insanların yeme-içme için ziyaret etme turizmini gerçekleştirdiği bir turizm dalı olmuştur. Gastronomi turizmi ise günümüzde çoğu insanın merak duyduğun en dikkat çekici turizmlerden biridir. Bu turizmle ilgilenen turistler genellikle, aşçılık mesleği ile ilgilenenler, bu mesleği okuyanlar, gurmeler, yemek kitabı yazarları, ünlü veya gezgin şefler ve sıradan emekli bireyler veya yemek kültürlerine, ürünlerine merak duyan kişilerden oluşmaktadır.

Çoğunlukla turist olarak bildiğimiz kişiler tatil amaçlı seyahatlerin yanı sıra farklı kültürler deneyimlemeyi amaçlayarak seyahat etmeye başlamışlardır. Her toplumun yiyecek-içecekleri vazgeçilmez kültürlerini yansıtmaktadır. Türkiye denilince akla gelen ilk şehir olan İstanbul gelişimi ve kültürel zenginlikleriyle birlikte turistlerin vazgeçilmez odak şehirlerinden biridir. Türkiye'nin çoğu mutfağını içinde barındıran İstanbul aynı zamanda o kültürel zenginlikleri sokak lezzetlerinde de görmek mümkündür. İstanbul'daki sokak lezzetlerin çeşitliliğinin temel sebeplerinden biri de geleneksel yiyecek türlerini içinde barındırmasından kaynaklanmaktadır. Bundan dolayı yerel halkın ve turistlerin ilgi ve talebi yoğun olmakla birlikte İstanbul'daki çoğu lezzete göre tercih edilirlik düzeyi oldukça fazla olduğu görülmektedir.

Yapılan bu çalışmada sokakta servis edilen ve tüketilen yiyeceklerin gastronomi turizmine etkileri incelenmiştir. Gastro turist olarak bilinen lezzet odaklı seyahat eden bu kişilerinde Sosyo-kültürel ve ekonomik etkileri de açıklanmıştır. Geçmişten günümüze insanların beslenme ihtiyacı bugün farklı bir hal almış turizmi bile etkilemiş olup farklı boyutlarda incelenmiştir. Sonuç olarak literatürde mevcut olan birçok araştırma derlenmiştir. Yemek kültürü ve gastronomi turizminin yeni düzenlemelere göre gelişip ilerleyeceği vurgulanmaktadır.

Türkiye bulunduğu coğrafi konum sebebiyle birçok kültüre sahne olmuştur. Antik çağlardan günümüze kadar varlığını sürdüren sokak lezzetlerin çoğu gelişip ilerlese de balık ekmek gibi birçok sokak lezzeti varlığını sürdürmüştür. Gastronomi turizminde de bu lezzetlerin kültürel varlığını ve hem sosyal hem ekonomik değerini ortaya çıkarmak için çeşitli ülkelerinde duyabileceği platformlarda gastronomi turizmi adı altında festival ve etkinlikler düzenlenerek hareketlilik oluşturulabilir. İlerleyen yıllarda bu sokak lezzetlerine olan deneyimleme isteğini arttırabilmek için turistlerden gelen yorumlar incelenerek çeşitli değişimler gerçekleştirip tüketiciye sunulabilir.

Sokak lezzetlerinin geliştirilmesi için satış yöntemlerinin çekicilik sağlayıp sağlamadığına; örneğin satış sırasında tüketicilerden gelen yorumların olumsuzluklarının üzerine gerekli değişimlerin yapılması gerekmektedir. Bununla birlikte hijyen ve temizlik koşullarının günümüz dünyasında çok önem taşıdığını göz önünde bulundurup ve bu unsurlara dikkat edilerek gerekli analizler yapılması ve bu detaylar üzerinde iyileştirici çalışmalar gerçekleşmesi için gerekli temizlik ürünlerinin tüketiciye satış anında sunulması ve hijyen kurallarına uygun şekilde satış yapılan ürünün pişirilmesinden tüketiciye satılmasına kadar olan süreçte satıcının tüm titizlikle karşı tarafın memnuniyetine özen göstermesi gerekmektedir.

Ek olarak tüketilen ürünlerin sağlığı tehdit etmemesi için insanların rahatlıkla satın alması açısından genel olarak yapılan yiyecek ve içeceklerin ham maddelerinin sağlık

bakanlığı tarafından belirli yerler gösterilerek oradan satın alınması ve bunun için gerekli düzenlemeler ve yasaklar koyulması için planlamalar yapılabilir.

Tüm dünyayı son 1 yıldır etkisi altına alan Covid-19 virüsü çoğu sektörü etkilediği gibi yiyecek sektörünü ve turizm sektörünü de etkilemiştir. Hem bu sektörlerde çalışan hem de turizmi gerçekleştiren kişilerin sağlıkları tehdit altına girmiş ve psikolojik anlamda da çöküş başlamıştır. Sokak lezzetleri ve gastronomi turizmi alanında çalışma yapacak olan diğer kişiler ise öncelikle toplumların motivasyonu için ne derece bir etkinliklerle katkı sağlanabileceği yönünde araştırmalar gerçekleştirebilirler. Covid-19 sürecinde izinler dahilinde ülkemize gelen turistlerin yiyecek mekanlarının kapalı olmasından dolayı sokak lezzeti satıcılarının da tercih edilmesi avantajları gözlemlenerek yeni lezzetler üretilebilmesi adına çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

ABİŞ, A. D. (2019). Algılanan Değerin Tüketici Davranışlarına Etkisi: Sokak Yemekleri Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Aydın.

AKGÖL, Y. (2012). Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik, Mersin.

AKMAN, M. (1998). Yabancı Turistlerin Türk Mutfağından Beklentileri, Yararlanma Durumları ve Türk Mutfağının Turizme Katkısı Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Ev Ekonomisi, Ankara.

ALTINEL, H. (2009). Gastronomide Menü Yönetimi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, İstanbul.

ALTUNBAĞ, E. (2020). Türkiye'de Yazılı Medyada Sokak Lezzetleri. Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, Eskişehir.

ARNAVUT CİĞERİ. (2020, 10 10). (Vikipedi, Özgür Ansiklopedi) 10 2020 tarihinde vikipedi: https://tr.wikipedia.org/wiki/arnavut_ciğeri adresinden alındı

ASLAN, H. (2010). Gastronomi Turizminin Turizm Eğitimi Programlarındaki Yeri ve Önemi –Bir Uygulama-. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Çocuk Gelişimi ve Ev Yönetimi, Konya.

AYDIN, B. (2020). Sokak Lezzetlerinin Gıda Güvenliği Açısından Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gedik Üniversitesi, Gastronomi Mutfak Sanatları Programı, İstanbul.

AYDIN, M. (2020, 08 16). İstanbul'da Ürküten 'Sokak Lezzetleri' Araştırması! Kokoreç, Döner ve Pilavda Bakteri Riski (h. com, prodüktör, & haber com) 11 2020 tarihinde haber

com: https://www.haber.com/istanbulda-urkuten-sokak-lezzetleri-arastirmasi-kokorec-doner-ve-pilavda-bakteri-riski-343682/ adresinden alındı

AYDIN, O. (2012). Türkiye'de Alternatif Bir Turizm; Sağlık Turizmi. Kmü Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 95.

BABAOĞLU, A. S. (2015). Dana ve Kuzu Kokoreçlerinde Polisi klik Aromatik Hidrokarbonların (Pah) Oluşum Düzeyi Üzerine Farklı Hayvansal Yağların Etkisi. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Gıda Mühendisliği, Konya.

BALIK EKMEK TURİZMİ. (Tarih yok). 13 11, 2020 tarihinde turizm aktüel: https://www.turizmaktuel.com/haber/balik-ekmek-turizmi adresinden alındı

BALLI, E. (2016). Gastronomi Turizmi Açısından Adana Sokak Lezzetleri. Journal Of Tourism And Gastronomy Studies, 8.

BANDEOĞLU, Z. (2015). Türkiye'de Kültür Turizmi Üzerine Bir Değerlendirme. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 162-163.

BARUTÇU, E. (2018). Adana İl'inde Üretilen Bazı Sucuklarda Elisa ve Gerçek Zamanlı Pcr Teknikleri Kullanılarak Tavuk Eti Varlığının İncelenmesi Ve Sucukların Bazı Fizikokimyasal Özelliklerinin Araştırılması. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Gıda Mühendisliği, Adana.

BAYRAM, R. (2020). Ziyaretçilerin Sokak Lezzetlerine Yönelik Gastronomik İmaj Algısının Satın Alma Niyetine Etkisi: Antalya Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Hamdullah Emin Paşa Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Alanya.

BUCAK, T. (2013, Aralık). Türkiye'de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (30), 205,206.

ÇEVİK, M. (2019, 06 02). Gastronomi Nedir- Gastronominin Tarihi. (W. Press, Prodüktör) 6 20, 2020 tarihinde word press: https://mehmetceviksanat.wordpress.com/2019/06/02/gastronomi-nedir-gastronomi-tarihi/ adresinden alındı

ÇİFTÇİ, O. (2019). Türkiye'deki Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitimi Alan Öğrencilerin Profesyonel Mutfak Yeterliliklerinin Belirlenmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, İstanbul.

ÇOLAKSEL, M. (2019). Ortadoğulu Turistlerin Türkiye Tercih Nedenleri Üzerine Bir Araştırma; İstanbul Örneği. İksad-Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, Iıı, S. 2-3. Sakarya.

DEVECİ, B. (2013). Kırsal Turizm ile Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği. Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 30.

DİLEK DÖNMEZ POLAT, A. G. (2017). Gastronomide Sokak Yiyecekleri ve Satıcıları: Teorik Bir Çalışma. Journal Of Tourism And Gastronomy Studies, 119,120.

DOÇ. DR. GÖKALP N. SELÇUK, A. G. (2018, Temmuz). Gastro Turistlerin Tipolojisinin Belirlenmesi: Gaziantep Ölçeğinde Bir Araştırma. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi, 3, 30.

GÖVCE, A. M. (2016). Gastronomi Turizmi ve Gastronomik Etkinliklere Katılımın Yaşam Tarzları Açısından İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, Muğla.

GÖZÜTOK, E. (2013). Geleneksel ve Endüstriyel Olarak Üretilen Turşularda Maya Mikro Florasının Belirlenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Gıda Mühendisliği, Erzurum.

GÜLNUR BAYRAKTAR, E. Z. (2019, 06 21). Sokak Satıcılarının Gözünden Sokak Lezzetleri. Journal Of Tourism And Gastronomy Studies, 1374.

GÜNGÖRÜR, M. N. (2019). İstanbul'da Satışa Sunulan Midye Dolmaların Mikrobiyolojik Kalitesinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Gıda Güvenliği ve Beslenme, İstanbul.

GÜRKAN AKDAĞ, Ş. D. (2018). Sokak Lezzetlerinin Gastronomik Değeri: İstanbul Sokak Lezzetleri. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 2(Ek,1), 591-594.

GÜZENGE, D. (2020, 9 15). Leziz. 11 10, 2020 tarihinde hürriyet.com.tr: https://www.hurriyet.com.tr/lezizz/tukuruk-sokak-koftesi-tarifi-41612233 adresinden alındı

GİRGİN, G. (2019). Tüketicilerin Sokak Lezzeti Tercihleri ve Hijyen Algılarının Kişilik Tiplerine Göre İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, Muğla.

HAKİKİ OSMANLI MACUNU. (2009). 10 2020 tarihinde hakiki osmanlı macunu: https://www.hakikiosmanlimacunu.com.tr/hakkimizda.php adresinden alındı

IŞKIN, M. (2020). Bir Destinasyonun Gastronomi Turizmine Uygunluğunun Belirlenmesi Üzerine Keşifsel Bir Araştırma. Doktora Tezi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, Sakarya.

İÇELLİOĞLU, D. C. (2014). Kent Turizmi ve Marka Kentler: Turizm Potansiyeli Açısından İstanbul'un Swot Analizi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (1), 48.

KARGİGLİOĞLU, Ş. (2019). Planlı Davranış Teorisi Bağlamında Sokak Lezzetlerinin Destinasyon Seçimi ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: İstanbul İli Örneği. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Ankara.

KARSAVURAN, Z. (2018, 03 07). Sokak Yemekleri: Farklı Disiplinlerin Yaklaşımı ve Gastronomi Turizmi Alanında Sokak Yemeklerinin Değerlendirilmesi. Journal Of Tourism And Gastronomy Studies, 249.

KAYMAZ, E. (2020). Türk Mutfak Kültüründe Helva'nın Yeri ve Önemi. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Ankara.

KODAŞ, D. (2018). Gastronomi Deneyimi, Gastronomi Motivasyonu, Destinasyon Tatmini ve Destinasyon Marka Denkliği İlişkisi: Gaziantep Örneği. Doktora Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, Eskişehir.

KURT, O. C. (2018). Bağımsız Seyahat Eden Turistlerin Sokak Yiyeceklerini Tüketme Niyetinin Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde İncelenmesi: İstanbul'da Bir Çalışma. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, Antalya.

LATİFİ, L. (2020). Unutulmaz Yöresel Yiyecek-İçecek Deneyimlerinin Gastro-Turistlerin Destinasyon Aidiyetleri Üzerine Etkisi: Marakeş Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Kastamonu Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, Kastamonu.

LATİFOĞLU, A. H. (2020). Sokak Yemeklerinin Bilinirlik, Beğeni, Gastronomik Hareketlilik ve Gıda Güvenliği Açısından İncelenmesi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Bolu.

MANDAL, M. (2018). Türkiye'de Sürdürülebilir Gastronomi Turizminin Gelişmesinde Mutfak Şeflerinin Rolü. Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği, Ankara.

MUSTAFA AKSOY, E. H. (2016). Rafine Mutfağın Doğuşu ve Rafine Mutfağı Şekillendiren Yenilikçi Mutfak Akımlarının Yiyecek İçecek İşletmelerine Etkileri. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 3(6).

MUTFAK EKİPMANLARI-SANAYİ TİPİ. (2018). 11 2020 tarihinde https://www.sanayitipi.com/blog/2020/09/14/pilav-arabasi-cesitleri-ve-kullanimi/ adresinden alındı

NEYİŞÇİ, P. D. (2019, 12 18). Bakanlık Araştırdı: Hangi Ülke Turisti Türkiye'ye Neden Geliyor? (Turizm Güncel) 11 2020 tarihinde

https://www.turizmguncel.com/haber/bakanlik-arastirdi-hangi-ulke-turisti-turkiyeye-neden-geliyor adresinden alındı

ÖMER ÇALIŞKAN, D. K. (2019, 10 02). Tarihi Kayıtlar ile Geçmişten Günümüze Salep Orkideleri. Türkiye Tarımsal Araştırmalar Dergisi, 3(6), 350.

ÖZŞEKER, D. D. (2016). Gastronomi ve Turizm. Ankara, Türkiye: Detay Yayıncılık.

ÖZALP, S. (2019). Doğu Anadolu'da Salep Orkideleri ve Salep Kültürü. Yüksek Lisans Tezi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Ortaöğretim Fen ve Matematik Eğitimi, Van.

ÖZDEMİR, G. (2019, 6 15). Gastronomi Kavramları ve Gastronomi Turizmi Üzerine Bir İnceleme. Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4-8.

ÖZMEN, R. (2019). Destinasyon Çekiciliği Olarak Gastronomi Turizmi: Çanakkale Örneği. Yüksek Lisans/ Doktora Tezi, Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, Çanakkale.

SAMİ, F. (2019). Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşlerinin Gastronomi Turizmi Çerçevesinde İncelenmesi; Atatürk Havalimanı Bölgesi Otelleri Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Okan Üniversitesi, Gastronomi, İstanbul.

SARIIŞIK, P. D. (2019). Gastro Turist. P. D. Sarıışık İçinde, Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi (Cilt 2, S. 30). Ankara, Ankara, Türkiye: Detay Yayıncılık.

SAĞLAM, B. (2020, 02 08). gasterea. (a. s. seyhun, prodüktör, & gasterea) 10 2020 tarihinde gasterea: https://gastereamag.com/boza_tarihi_kimyasi/ adresinden alındı

SİBEL OĞUZ, K. U. (2018, MART 26). Gastronomi Turizminde Gelişmişlik Göstergeleri Ölçeği: Geliştirilmesi, Geçerliliği ve Güvenilirliği 1 (Gastronomy Tourism Development

Indicator Measures: Development, Validity And Reliability). Journal Of Tourism And Gastronomy Studies, 414.

SOKAK YEMEKLERİ. (2016). 10 2020 tarihinde sokak yemekleri: http://www.sokakyemekleri.com/halka-namidiger-kerhane-tatlisi/ adresinden alındı
SOKAK YEMEĞİ- TARİHİ. (2020, 05 10). (Vikipedi Özgür Ansiklopedi) 07 2020 tarihinde vikipedi: https://tr.wikipedia.org/wiki/sokak_yemeği#cite_note-7 adresinden alındı

SOLUNOĞLU, A. (2018). Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tutumları. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Ankara.

SÖKMEN, C. (2018). Gastronomi Turizmi Alan Yazının Gelişimi: Journal Of Tourism And Gastronomy Studies Dergisinde Yayımlanan Makaleler Üzerine Bir İnceleme. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Gaziantep.

SÜHENDAN MOL, C. V. (2019, 01 18). İstanbul Gastronomi Turizmi Potansiyeli ve Balığın Rolü. Aydın Gastronomi, 3(2), 70.

ŞAMBALİ. (2020, 10 09). 11 2020 tarihinde vikipedi: https://tr.wikipedia.org/wiki/şambali adresinden alındı

ŞENTÜRK, A. (2018). Simit Üretiminde Pişirme Mayası Olarak Kefir Taneleri Kullanımının Simit'in Depolama Süresi Boyunca Bazı Fiziksel ve Kimyasal Parametrelerine Etkisi. Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, Gıda Mühendisliği, İzmir.

TÜRK DİL KURUMU. (2020, 06 11). türk dil kurumu sözlükleri: https://sozluk.gov.tr adresinden alındı

TÜRKMEN, N. (2019). Bazı Yabani Orkide Türlerinden Elde Edilen Saleplerin Maraş Usulü Dondurma Üretiminde Kullanım Olanaklarının Araştırılması. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Süt Teknolojisi, Ankara.

TANTUNİ. (2019, Aralık 12). (Vikipedi Özgür Ansiklopedi) 10 2020 tarihinde vikipedi: https://tr.wikipedia.org/wiki/tantuni adresinden alındı

ÜZÜMCÜ, O. O. (2018). Gastronomi Kültürü ve Gastronomi Turizmi Açısından Likya Bölgesini Ziyaret Eden Turistler Üzerine Bir İnceleme. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Gaziantep.

